



Universidad Autónoma del Estado de México

Facultad de Economía



**“Plan de Negocios para la creación de una
clínica y pensión de servicios integrales en el
cuidado y atención especializada de caninos en
Lerma, México, 2019”**

Presenta:

Jiménez García Anahí

Asesor(a):

M. en D.N Noelly Karla Sarracino Jiménez

Tesina

Toluca., México. Noviembre de 2019

Índice

Dedicatorias	4
Introducción	5
Capítulo 1: Marco Teórico Conceptual	7
1.1 Plan de Negocios	9
1.1.1 Definición y utilidad del plan de negocios	9
1.1.2 Utilidad del plan de negocios	11
1.1.3 Elementos de un plan de negocios	11
1.1.4 Principales objetivos de un plan	15
1.1.5 Tipos de plan de negocios y estructura	15
1.1.6 Fundamentación e implementación de un plan de negocios	21
Capítulo 2: Antecedentes de la empresa	24
2.1 Antecedentes de la empresa	26
2.2 Identidad empresarial	27
2.2.1 Misión	27
2.2.2 Visión	28
2.2.3 Valores	28
2.2.4 Filosofía	29
2.2.5 Objetivos	30
Capítulo 3: Mercado y productos	31
3.1 Descripción del Servicio	33
3.1.1 Necesidad que va a satisfacer	33
3.1.2 Descripción del Servicio	35
3.1.3 Factores diferenciadores y/o innovadores	42
3.1.4 Ventaja Competitiva	43
3.2 Mercado y clientes	44
3.2.1 Descripción del consumidor	44
3.2.2 Segmentación cuantitativa del mercado a atender y análisis de la demanda	44
3.2.3 Análisis de las tendencias y de la demanda del mercado	46
3.2.4 Entrevistas de profundidad	49
3.3 Competencia	57
3.3.1 Descripción de la competencia directa e indirecta	57
3.3.2 Determinación de las fortalezas y debilidades (internas) y de las oportunidades y amenazas (externas) (análisis FODA).	63
3.4 Precios	66
3.4.1 Integración y análisis de costos del servicio	66
3.4.2 Precios de venta de los servicios	67
3.4.3 Márgenes de utilidad del servicios	67
3.4.4 Comparativo de precios con la competencia directa e indirecta por cada tipo de servicio	68
3.5 Ventas	71
3.5.1 Área geográfica de alcance	71
3.5.2 Puntos de venta y distribución	71
3.5.3 Canales de comercialización	72
3.6 Publicidad y Promoción	73
3.6.2 Planteamiento de estrategias	74
3.7 Plan de Operación del Negocio	77
3.7.1 Proceso de Abasto	77
3.7.2 Capacidad instalada	89
3.7.3 Lay-out del local y/o planta de producción	91
Capítulo 4: Organización y administración de recursos humanos	94

4.1 Organigrama	96
4.2 Descripciones de puestos	96
4.3 Cantidad de Personal y Costo de Nómina (actual y estimado a cuatro años)	102
4.3.1 Nómina	103
4.3.2 Pago de ISR	105
4.3.3 Pago al IMSS	108
4.3.4 Cálculo de Aguinaldo por empleado	108
4.3.5 Cálculo de prima vacacional por empleado	109
Capítulo 5: Contabilidad y Finanzas	110
5.1 Premisas	112
5.2 Proyección de Ventas	113
5.3 Costos de Operación	114
5.4 Fuentes de financiación	114
5.5 Balance General	115
5.6 Estados financieros proyectados	116
5.6.1 Flujo de efectivo	116
5.6.2 Estado de resultados	118
5.7 Razones e Indicadores de evaluación Financiera del proyecto	118
5.7.1 Razones de Liquidez	118
5.7.2 Razón de Apalancamiento	120
5.7.3 Rendimiento del capital (ROE) y rendimiento del activo (ROA)	120
5.7.4 Indicador de productividad: Índice de crecimiento de ventas	121
5.7.5 Margen neto y margen de operación	121
5.7.6 Punto de Equilibrio	122
5.8 VPN	123
5.9 TIR	123
5.10 Costo de capital promedio ponderado (WACC)	124
5.11 Período de recuperación de la inversión	124
Conclusiones	125
Recomendaciones	126
Conclusiones finales	127
Anexos	129
Portafolio de Servicios	130
1.1.1 Costos por servicio	138
1.1.2 Contribución al IMSS por empleado y puesto de trabajo del año	145
1.1.3 Proyección de Ventas Mensual	148
1.1.4 Costos de operación mensual	152
1.1.5 Flujo de Efectivo primeros 24 meses	156
1.1.6 Estado de Resultados primeros 24 meses	158
Referencias	159

Dedicatorias

A mis padres

*Que sin ellos no hubiera logrado un meta más en mi camino profesional, **Mamá** gracias por mostrarme siempre tu apoyo, por motivarme a seguir adelante, a que nunca me rindiera, por los consejos y las pláticas para seguir siendo una buena estudiante y buena persona. **Papá** por tu apoyo para que culminara mi vida estudiantil.*

A mis maestros

Por compartirme sus conocimientos, por los retos que ayudaron a desarrollar mis habilidades, sin su instrucción y experiencia no hubiera llegado a este nivel. Gracias a aquellos maestros que además de impartir su catedra con dedicación, nos enseñaron experiencias de vida.

Al Equipo REI

Danny, Arturo, Erick y Noelly; gracias por conformar esta pequeña familia, por el apoyo, por las risas y los regaños. Tenerlos a ustedes dentro de mi vida, me ayudo a concluir este proceso estudiantil, a hacerlo ameno y darme cuenta que hay amistades para toda la vida con las que puedes contar. En especial a la Dra. Noelly, que sin su apoyo y asesoría no hubiera podido concluir mi etapa universitaria, gracias por todos los consejos y enseñanzas, más allá de ser mi “coordinadora” por toda la carrera, es una gran amiga que siempre llevo en el corazón.

A la memoria de

Mi querida abuelita que Dios te llevo antes de que pudieras ver que tu pequeña nieta ya es una profesional. A Alejandro, que donde quiera que estés sepas que lo logré, siempre me acompañaste y me guíe por tus consejos, los cuáles me ayudaron a seguir adelante y a ser una excelente persona. A ambos los amo y los extraño, siempre los llevo conmigo.

Introducción

El impacto de las mascotas en el núcleo familiar de los seres humanos ha sido positivo en los últimos 5 años, existe un cambio en la participación de las mismas conforme la sociedad evoluciona. El nexo de unión del hombre con los animales especialmente con los perros es estrecho, se adoptó una conciencia social con los animales y los beneficios que traen consigo, debido a que cada día son más valorados. La interacción con mascotas genera empatía con los seres humanos, la compañía de ellas en especial de un can ayuda a mejorar el equilibrio emocional y físico de las personas; haciendo que los seres humanos lleven una vida más sana, aumentando la calidad de la misma y la sensación de bienestar.

El consumidor mexicano ha mostrado una creciente sofisticación en la adquisición de productos y servicios con una calidad con tendencia hacia lo *premium*. Se ha observado en el área de Lerma, Toluca y Metepec que las clínicas veterinarias cuentan con limitaciones de servicios donde la atención y los procesos son tradicionalistas, sin servicios de vanguardia que mejoren la experiencia de los canes dentro de sus instalaciones. Por lo anterior se observa mediante un estudio de mercado que la apertura de una clínica donde los canes puedan ser atendidos como en casa, se ha vuelto una prioridad para aquellas familias que por cuestiones laborales o de recreación, no pueden cuidar de su mascota por determinado tiempo, aunado a que se ven involucrados otros factores que por distancia, tiempo o medio de transporte se torna complicado para aquellos dueños que no tienen los recursos para acudir al establecimiento.

Con el afán de atender a este tipo de necesidad se pretende ofrecer al mercado de Toluca, Lerma y Metepec un centro de servicios integrales que cuente con; servicio médico, estéticos, adiestramiento, certificaciones de viajes internacionales, servicio de adopción y transporte puerta a puerta, espacios y actividades de recreación en lugares abiertos, así como servicio de hotelería bajo el nombre **“Pethome”**. Con el portafolio de servicios se pretende establecer una diferenciación en el mercado, se busca dar un servicio excepcional a los clientes que se preocupen por el cuidado de las mascotas, ofreciéndoles tranquilidad, seguridad, ahorro en tiempo y calidad en el servicio.

“Pethome” ofrece infraestructura de vanguardia, espacios abiertos donde los perros durante su estadía sean libres, con oportunidad de correr y hacer actividades con el personal a cargo, las áreas están ideadas con el fin de promover una arquitectura transparente, donde los clientes tengan la plena confianza de ver el proceso del servicio. Ofrece un servicio en donde el cliente tenga al alcance todas las posibles necesidades que su can pueda llegar a presentar, aunado a que tiene la posibilidad de ser el quien acuda a las instalaciones o bien contrate el servicio a domicilio

En el presente plan de negocios se analizará en la primer parte la definición y utilidad del plan de negocios, así como sus principales elementos y características de los tipos de planes que existen.

De igual manera se plantearán los antecedentes de la empresa, así como la misión y visión por la cual se va a regir. Mediante un estudio de mercado se van dar a conocer las necesidades del nuevo portafolio de servicios que se va a desarrollar, establecer los costos y precios de los mismo, así como el planteamiento de estrategias de marketing adecuadas con el objetivo de establecer una diferenciación y lograr un posicionamiento en el segmento de mercado con el fin de marcar una ventaja competitiva que ayude a incursionar el negocio y a desarrollarse en el sector.

Definir la organización de la empresa también es importante la descripción de roles y responsabilidades son fundamentales para que una empresa funcione, en el siguiente capítulo se desarrollará un estudio técnico, el cual permitirá indicar los recursos, ,procesos capacidad instalada y localización del negocio y finalmente con los datos recabados dentro del estudio de mercado y el estudio interno se desarrollará un plan financiero que permitan evaluar el potencial económico que ayudará en la toma de decisiones para la inversión del negocio y la financiación que permitirá poner en marcha el plan de negocios **“Pethome”**.

Capítulo 1

Marco Teórico Conceptual



©Warren Photographic

Introducción: Marco conceptual

El plan de negocios es un instrumento que ayuda a comunicar una idea de negocio, ya sea para emprenderla o venderla, ayuda de manera interna para definir los procesos como herramienta y evaluar la viabilidad de las ideas así como del flujo de efectivo que ayudará a desarrollar la empresa. Funge como un plan de acción para alcanzar los objetivos de la empresa.

En el presente capítulo se expondrá de manera breve el contenido de un plan de negocios, en la primer parte se describirá la definición del plan desde el punto de vista de diversos autores y su utilidad a la hora de emprender un plan de negocio; a su vez se hará una descripción de los elementos que constituyen al plan de negocios donde se describe la razón de ser de la empresa. De igual manera la estructura que lo compone, ya que define el plan de crecimiento de la compañía, dicha descripción sirve a manera de preámbulo para el desarrollo del plan de negocios de **“Pethome”**.

Capítulo 1: Marco Teórico Conceptual

1.1 Plan de Negocios

El mundo de los negocios ha logrado grandes avances en los últimos dos años, dichos cambios van de la mano con el desarrollo y creación de nuevas tecnologías, cambios económicos y culturales dentro de la sociedad. Los movimientos económicos, sociales y culturales cambian el modo de creación de negocios y empresas (Lopez Escalera & Pérez Arévalo, 2018). Cuando una organización empresarial se ha desarrollado, es necesario fijar procesos, objetivos y metas que lleven a la empresa al éxito. El plan de negocios sirve como una hoja de ruta que permite abordar las oportunidades y posibles obstáculos esperados e inesperados que se pueden presentar en el futuro; por otra parte sirve para incursionarse en el entorno del mercado en el cual se desempeña la empresa, ya sea que se trate de una empresa nueva, una expansión de una firma existente, una decisión de una corporación matriz, o incluso un proyecto dentro de la organización establecida (Bustos, 2017)

Crear un plan de negocios permite al emprendedor aventurarse en el ámbito empresarial o ayudar como medida correctiva del plan con el que se cuenta. Representa una herramienta para la planificación del negocio y el desarrollo de las actividades y sistemas que apoyarán a la empresa a tener un buen funcionamiento, además de seguir los procesos necesarios para brindar el mejor servicio; el plan permite lograr los objetivos planteados, además de establecer estrategias, evaluaciones financieras que estimen la probabilidad de éxito con el fin reducir la incertidumbre y el riesgo de cualquier actividad no planificada.

1.1.1 Definición y utilidad del plan de negocios

Existen diversas opiniones sobre la definición de plan de negocio, por tanto, la mayoría de las definiciones concuerdan que sirve como medio de información para conocer la factibilidad y viabilidad de un proyecto a desarrollar, así como los procesos internos y organizativos de la empresa, el cual puede ser utilizados para nuevas organizaciones o para aquellas existentes que necesiten una reorientación. Según (Pérez-Sandi, 2002) el plan de negocios permite poder realizar las actividades y cuantificarlas, a través de aspectos de administración, mercadotecnia, operaciones y finanzas, con metas identificadas que se convierten en objetivos.

Por otra parte (Lambing & Kuehl, 2010), definen el plan de negocios como un documento amplio que ayuda al empresario a analizar el mercado y planear la estrategia del negocio.

La diferencia entre un plan de negocios para una empresa existente y una que comienza, es que, para la primera se expresa la situación actual y el sitio en que la empresa desea posicionarse en un periodo de tres a cinco años, y lo que se requiere para alcanzar tales metas, y para una empresa que inicia hay un mayor énfasis en los primeros años y menos en los futuros.

Para (R.Ford, Bornstein, T. Pruitt, & Young LLP, 2007) los planes de negocio mantienen tres funciones simples, determinar y definir proyectos futuros, determinar cómo han sido alcanzados las metas del negocio y aumentar o mejorar los flujos de capital. A su vez mencionan que un plan de negocio es importante para la empresa ya que se puede usar para el desarrollo de ideas de cómo debe ser dirigido el negocio, además de representar una oportunidad para mejorar las estrategias y evitar errores en el futuro, por lo cual el plan sirve como instrumento de retroalimentación para evaluar el desempeño de la empresa a lo largo del tiempo, y puede ser utilizado para la atracción de inversionistas al mismo tiempo que se emplea para la toma de decisiones.

El plan de negocios ayuda a entender el crecimiento de la compañía, las fuerzas de impacto en el éxito de la empresa, así como el conocimiento de la industria y del mercado meta (Adams, 2010). Para que el negocio tenga éxito, se deben definir las partes necesarias para cumplir con dicho objetivo, estableciendo en primera parte el concepto de negocio, entender el mercado, determinar las tendencias del mercado, poseer una clara posición estratégica, habilidad de atraer, motivar y retener mano de obra, establecer un control financiero y crear los valores, objetivos y metas de la empresa

El desarrollo del plan demuestra el potencial redituable, mediante la proyección realista en cada fase del negocio y permite prever los problemas y plantear posibles soluciones, así como ayudar a supervisar y evaluar el progreso del negocio. El plan de negocios como documento debe ser modificado y actualizado constantemente, ya que la empresa y el empresario adquieren experiencia y conocimiento; siempre y cuando el plan se use para establecer tiempos límite, se puede evaluar el progreso y comparar las proyecciones con los acontecimientos actuales.

A su vez conduce al empresario como mecanismo de planeación a lo largo de las distintas fases del negocio. Un plan pensado correctamente ayuda a identificar las barreras y obstáculos con anticipación para, en la medida de lo posible poder evitarlos y buscar alternativas. De igual manera sirve como medio de comprensión para dar a conocer el rumbo

de la empresa con los empleados, con el fin de otorgar mayor confianza y fidelidad de los mismos hacia el negocio.

1.1.2 Utilidad del plan de negocios

El plan de negocios es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina su viabilidad técnica, económica y financiera, y desarrolla todos los procedimientos y estrategias. Por otra parte un análisis corporativo de una nueva oportunidad de negocio, un plan de diversificación o incluso el lanzamiento de un nuevo producto o servicio (De la Vega Garcia, 2011). De esta manera el plan de empresa permite realizar una reflexión, empezando desde la idea inicial del negocio, así como de su forma, para analizarlo todo en conjunto para dar organización y coherencia.

Otorga la oportunidad de realizar un exhaustivo estudio de mercado que le aporte la información requerida para llevar a cabo un concreto posicionamiento del proyecto, con el fin de determinar la viabilidad de la empresa (De la Vega Garcia, 2011). De igual manera a través de la realización de un resumen ejecutivo, de los emprendedores y a agentes externas la oportunidad de fungir como una tarjeta de presentación, resaltando las ventajas competitivas que la empresa tiene, esto ayuda a captar inversores para su financiamiento y buscar ayuda o colaboraciones con otras organizaciones para su desarrollo.

1.1.3 Elementos de un plan de negocios

Dentro de la elaboración del plan de negocios es necesario presentar la razón de ser de la empresa con una descripción general de los entornos culturales, económicos y sociales, contemplando las tendencias del mercado, así como realizar el análisis del entorno para la creación de las necesidades que se pretenden satisfacer.

El proceso de planeación permite afrontar problemáticas que encaran a la empresa, permite desarrollar propuestas para poder resolverlas; para el desarrollo del negocio es fundamental realizar planes provisorios para afrontar las situaciones presentes y futuras para lograr la sobrevivencia de la empresa, con base en estrategias y planes que aseguren el crecimiento dentro del mercado. La técnica fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) se orienta principalmente al análisis y resoluciones de problemas y se lleva a cabo para identificar las fortalezas y debilidades de la organización, así como las oportunidades y amenazas obtenidas por el contexto externo (García López & Cano Flores , 2013).

Es importante crear modelos de negocio a la hora de incursionar una empresa, ya que brinda protocolos y sistemas que rigen la forma que la organización generará ingresos y obtendrá un beneficio, dentro de la descripción del plan de negocios es necesario explicar la búsqueda de rentabilidad y los ingresos a obtener mediante la creación de zonas comerciales que logren la atracción de clientes. A su vez es necesaria la descripción de los productos y servicios; y la adaptación de los mismos para lograr la satisfacción de los posibles clientes potenciales ofreciendo múltiples razones para comprar (Gartenstein, 2018).

Cuando un nuevo producto o servicio es lanzado al mercado se requiere hacer un análisis del público al cual se dirige, y cuál es el objetivo del nuevo servicio, pero lo más importante es conocer cada mínimo detalle de la empresa con el fin alcanzar las metas. Para lograr presentar un nuevo servicio dentro del mercado es importante analizar el interés del público por el servicio y el por qué les es de interés, qué les va a ofrecer respecto a otros servicios. A raíz de esto se crean estrategias que permitan comunicar lo que pretende alcanzar la empresa, y las acciones a seguir para que los objetivos se cumplan.

Por lo que se refiere a la competencia del mercado, se requiere presentar los competidores que logran una eficiente participación en el entorno económico en el cual es desenvuelto, es decir conocer aquellos establecimientos que dentro del área ofrecen los mismo productos y servicios que llenan las necesidades y gustos de los consumidores potenciales a los cuales la empresa va dirigida. La distribución del servicio entre los individuos que componen la sociedad está determinada por los precios de los factores de producción, y la distribución de los recursos (Dirección de Promoción de la Competencia, 2004). Por lo cual la competitividad dentro del mercado es determinada por la capacidad que tiene una empresa para desarrollar y mantener sus ventajas que le permitan sostener una posición prestigiada dentro del mercado de manera interna y externa.

Una vez conociendo el mercado se desarrollan las estrategias de mercadotecnia que permitan presentar el negocio utilizando herramientas de publicidad, específicamente de promoción que den un mensaje al mercado relacionado con los productos, servicios o giro de la empresa. El objetivo de la publicidad es adular al producto y servicio mostrando su fortaleza y diferenciación que hacen que sea mejor opción para ser adquirido. El recuerdo en la mente de los consumidores es el objetivo final, ya que es la imagen del posicionamiento que los consumidores tienen sobre la empresa

Dentro de la organización de un plan de negocios es importante elaborar un plan de operaciones que determinen las misiones y objetivos de cada una de las áreas que la empresa integra, resumiendo todos los aspectos técnicos y organizativos que conciernen a la elaboración de los productos o a la prestación de servicios. Dentro del plan de operaciones se debe explicar la infraestructura e instalaciones con las que cuenta la empresa, el proceso de los servicios y los proveedores con los que se cuentan para el desarrollo de las actividades (Emprendepyme, 2016).

El desarrollar un plan de operaciones delimitará los planes de aprovisionamiento, ya que los proveedores representan un punto importante y conflictivo dentro de la empresa; estos mismos deben de encontrar las fuentes de abasto de mayor conveniencia para reducir los costos de producción, a su vez conocer cuál es la capacidad del servicio para el almacenamiento de los productos y conocer el volumen necesario con el fin de llevar a cabo el desarrollo del servicio.

A su vez dicho plan permite conocer la cantidad exacta de trabajadores con los que se van a contar y así determinar las actividades, la descripción y organización de los puestos de trabajo y la delimitación de las tareas de cada empleado, estableciendo un organigrama claro en el que cada persona que esté incluida dentro del ambiente de trabajo conozca a que puesto dirigirse para poder solucionar o informar cualquier suceso dentro de la organización, así como el establecimiento de la coordinación necesaria para la organización y circulación de la información y la cooperación entre recursos humanos que permita realizar las actividades con eficacia y eficiencia.

Es importante destacar que la labor de los empleados dentro del desarrollo del plan de negocios permite detectar las necesidades que la empresa presenta durante el crecimiento, para el crecimiento de las organizaciones es necesario contar con el apoyo de personas con experiencia en el mismo sector que brinden la mejor atención y servicio hacia los clientes; que gusten y se desenvuelvan en el área en el cual ejerzan sus actividades y generen la mejor experiencia de servicio y busquen el posicionamiento en el mercado meta.

Al crear un plan negocios que implique la creación de una nueva empresa, el emprendedor o los emprendedores que busquen poner en marcha una idea de negocio, conozcan con la información jurídica, y reúnan la documentación e iniciar las actividades empresariales. La constitución de la empresa y la selección de la forma jurídica de la misma es pieza clave para poder determinar el modelo de la empresa, así como el régimen fiscal donde se va a

desempeñar y el conocer las obligaciones fiscales al cual está sujeto, de igual manera conocer todos los servicios y documentos gubernamentales con los que se permite iniciar operaciones y los contratos necesarios para la elección de los recursos humanos que van a llevar a cabo las operaciones.

Por último dentro del lanzamiento de un plan de negocios es importante saber de manera cuantitativa si dicha idea es redituable monetariamente para incursionarla dentro del mercado. El estudio financiero está integrado por elementos informativos cuantitativos que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios, en ello se integra el comportamiento de las operaciones necesarias para que una empresa funcione y efectúe una proyección del crecimiento de la misma a través del tiempo (Samaniego, 2014). Cada uno de los elementos que se integran dentro del plan de negocio son empleados de manera contable, ya que es necesario que se cuantifique la inversión necesaria para el emprendimiento del negocio, el capital de trabajo, gastos operativos y preoperativos, y la integración financiera resumidos en los estados financiero proyectados dentro de un Balance General y el Estado de Pérdidas y Ganancias.

Con el plan financiero proyectado de tres a cinco años, se reduce la incertidumbre de liquidez dentro de la organización, representa una oportunidad para la toma de decisiones y generarlas de forma más acertada y concisa para que se pueda iniciar operaciones, consolidarse, mantenerse dentro del mercado y esperar un crecimiento sostenible dentro del sector y de manera constante.

Bajo los horizontes del mercado es importante que las compañías desarrollen su plan de negocios, es importante que los emprendedores busquen la planeación de sus ideas para poder llevarlas a cabo dentro del mercado y poder visualizar el comportamiento y crecimiento de la misma. Los elementos antes mencionados surgen de la necesidad conceptual, metodológica y de gestión, que permitan utilizar al plan de negocios como instrumento para concretar las estrategias en términos técnicos, económicos, tecnológicos y financieros, tanto a corto y como mediano plazo haciendo una descripción extensa de los servicios y productos que se ofrecen, las oportunidades del mercado que poseen y como está dotado de recursos tangibles e intangibles, que permitan competitividad y diferenciación entre otros competidores (González, López Parra, Aceves L., & Celaya Figueroa , 2017).

1.1.4 Principales objetivos de un plan

La elaboración de un buen plan de negocios, crea un modelo dinámico en donde se conoce la información del producto servicio, la mano de obra, estimaciones financieras y las principales metas a futuro. Uno de los principales objetivos del plan, es explicar la idea inicial del negocio, esto presenta gran importancia porque ayuda a generar las metas y objetivos que se pretenden alcanzar cuando sea puesta en marcha.

Al igual mantiene el control de los cambios que se generan dentro de la empresa, ya que dichos cambios deben de ser reflejados y valorados dentro del plan, ya que ayuda a definir la razón por la cual se iniciaron operaciones y los objetivos originales a cumplir, analizar los cambios podría afectar el rumbo de la empresa. Por lo cual el plan ayuda a mantener el rumbo de la organización para alcanzar las metas iniciales y generar mayor rendimiento a lo largo del tiempo (Root, 2018).

El plan de negocio logra por medio de un estudio de mercado analizar a la competencia, conocer el tipo de clientes, proveedores, canales de distribución para saber cómo incursionar o generar impacto dentro del mercado o distinguir alguna oportunidad de negocio de la cual se pueda generar ventaja.

Con el fin de evitar la improvisación dentro del emprendimiento del negocio, el plan sirve de guía para conocer los pasos a seguir en cada momento. Ayudará a conocer las claves que llevarán al éxito a la organización y que pasos seguir en cada momento para alcanzar los objetivos organizacionales en cada una de las etapas de la actividad empresarial.

1.1.5 Tipos de plan de negocios y estructura

Un plan de negocios correctamente estructurado debe demostrar la viabilidad económica, social, técnica y ambiental de un nuevo negocio, ya sea para una empresa en marcha o para la creación de una nueva empresa. En los siguientes párrafos se presentan los dos planes más representativos:

1.1.5.1 Plan de negocios para empresa en marcha

Por lo general, las empresas que ya han iniciado operaciones buscan aumentar sus unidades de negocio, con la finalidad de crecer y ser más rentables, Por otra parte el crecimiento organizacional debe ser controlado y planeado ya que se pueden perder los objetivos y llegar al fracaso. El plan de negocios de una empresa en marcha debe evaluar

la nueva unidad de negocio, de manera independiente y además deberá de distribuir los costos fijos de toda la empresa entre todas las partes del negocio.

De igual forma dicho plan deberá mostrar las fortalezas y debilidades de la empresa y demostrar la capacidad gerencial del grupo empresarial. Se debe de describir las razones por las cual se pretende fundar dicha unidad, cual fue el giro de la empresa y cómo ha evolucionado. A su vez es recalable el análisis de la industria, ya que antes de implementarse es importante conocer el sector, si la industria está creciendo, los factores externos y su influencia de manera positiva o negativa.

Una vez obtenida dicha información se deben de contemplar los productos o servicios que actualmente la empresa ofrece, resaltando los atributos y características distintivas entre los mismo, los clientes que los adquieren y la propuesta de valor que se ofrece. Por otra parte es necesario conocer a los competidores y a los principales proveedores, las ventajas competitivas que esto ofrece y los procesos realizados dentro del establecimiento.

Tratándose de una empresa en marcha es indispensable presentar los estados financieros de los últimos tres años, que permitan conocer la situación económica y financiera de la compañía en términos de liquidez, rentabilidad, solvencia y gestión financiera (Entrepreneur, 2011).

1.1.5.2 Plan de negocios para nuevas empresas

Para la creación de nuevas organizaciones empresariales, el desarrollo del plan de negocios se convierte en una herramienta de diseño, y parte de una idea inicial a la cual se va dando forma y estructura para su puesta en marcha (Weinberger, 2009). En ella se describe la propia idea como las metas u objetivos a alcanzar, las futuras estrategias y los planes de acción para el logro de los objetivos. Dicho plan permite en un futuro ser un medio para retroalimentar al negocio, ayudando a prevenir, corregir o planear los futuros cambios que se darán durante el desarrollo de la empresa.

En los últimos 10 años se ha escrito sobre la importancia del desarrollo de planes de negocios para nuevas empresas. Existen varios autores que mencionan la manera en como estructurar y redactar el plan de negocios, y dan a conocer una guía a seguir para poder elaborarlo, por lo tanto, es necesario contemplar que la creación de un plan de negocios implica ser creativo y personalizarlo de acuerdo a las necesidades y enfoque de la empresa y a quién va dirigido. También debe ser un texto que logre atraer la atención de los lectores

y que sea fácil de leer y entender, presentando de manera concisa la descripción del negocio y el mercado; y los aspectos financieros a considerar.

Por lo anterior elaborar la estructura del plan de negocios no necesariamente se rige por un autor o a una teoría, debe de ser una creación propia, donde se apegue a las necesidades del de nicho de mercado, y se explique para que se requiere el plan de negocios. Con respecto a dicho punto (Weinberger, 2009) presenta en su libro “Plan de negocio: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio dos modelos de estructura de planes de negocio que se muestra en la tabla 1:

Tabla 1: Modelos de estructura de planes de negocio.

Plan de negocios para empresa en marcha	Plan de negocios para una nueva empresa
Resumen Ejecutivo	Resumen ejecutivo
Descripción de la empresa Historia de la empresa Análisis de la industria Productos y servicios ofrecidos Estados financieros Equipo gerencial	Formulación de idea de negocio Análisis de la oportunidad Presentación del modelo de negocio
	Análisis del entorno
Descripción de la competencia, de la posición competitiva y del mercado objetivo	Análisis de la industria, del mercado y estimación de demanda
Planeamiento estratégico Análisis FODA Estrategias de crecimiento y expansión Alianzas estratégicas	Planeamiento estratégico Análisis FODA Visión Misión Objetivos estratégicos Estrategia genérica Fuentes de ventajas competitivas Alianzas estratégicas
Estrategias de marketing y ventas	Plan de marketing

Análisis de la infraestructura	Plan de operaciones
Rediseño de estructura y cambios en la gestión de la empresa	Diseño de la estructura y plan de recursos humanos
Modelo financiero	Proyección de los estados financieros
Evaluación financiera	Evaluación financiera
Conclusiones y recomendaciones	Conclusiones y recomendaciones
Anexos	Anexos

Fuente: Elaboración con base a (Weinberger, 2009)

Como se puede ver en la tabla anterior existen diferencias considerables en ambas estructuras ya que como se ha mencionado anteriormente un plan de negocios para una empresa en marcha plantea una expansión de sus unidades que persigue el mismo rumbo que el plan de negocios ya realizado para su creación antes de iniciar operaciones. En este caso la estructura a utilizar será el plan para una nueva empresa ya que se deben de sentar la idea del negocio y el desarrollo de sus funciones y operaciones antes de colocarlo en marcha, en el siguiente apartado se describirá la estructura con breves definiciones de los elementos que la conforman:

✿ **Resumen Ejecutivo**

Para (Longenecker, Moore , Petty, & Palich, 2008) el resumen ejecutivo es una forma corta del plan de negocios que presenta las cuestiones y proyecciones más importantes para la empresa. Provee una visión general del objetivo del plan, con el fin de brindarle a quien lo lee una idea de clara de la empresa.

El resumen ejecutivo presenta el perfil de la empresa, el producto o servicio que se quiere ofrecer, el mercado objetivo que se quiere satisfacer, las estrategias que se emplearán para el logro de los objetivos, los resultados económicos esperados y los indicadores financieros del plan de negocios (Weinberger, 2009)

✿ **Formulación de la idea de negocio**

Las ideas de negocio pueden surgir a través de un análisis exhaustivo del mercado o del entorno, comúnmente la idea del negocio representa el concepto del mismo, define la esencia de la empresa o su razón de ser.

✿ Análisis del entorno

El análisis del entorno es fundamental para descubrir las oportunidades del negocio, previendo las posibles amenazas que dificulten la incursión de la empresa en el mercado objetivo. Cuando se hace un análisis del entorno externo dicha investigación se centra en siete factores importantes: económicos, socioculturales, políticos, tecnológicos, legales, demográficos y ambientales.

Alguna de las fuerzas actúa de manera autónoma, pero generalmente funcionan como un proceso que influencia mutuamente a cada uno de los factores haciendo un proceso de causa – efecto entre la empresa y ellas.

En la siguiente figura se presenta una descripción breve de los factores que se analizan dentro del plan de negocios y algunos indicadores que logran afectar de manera positiva y negativa en el desarrollo de una empresa emergente:

Figura 1: Factores del entorno



Fuente: Elaboración propia con información de (Weinberger, 2009) y (Salinas, 2013).

✿ **Análisis de la industria, del mercado y estimación de la demanda**

Comprende las características clave de la industria incluyendo los diversos segmentos, los clientes potenciales y el nicho en donde se planea competir (Longenecker, Moore , Petty, & Palich, 2008).

A su vez constituye el análisis de los posibles competidores o empresas que puedan ofrecer servicios sustitutos que logren afectar a la empresa, a su vez el ingreso de una empresa depende de aquellos proveedores que proporciona los insumos para que la misma funcione. El análisis de estos factores ayudará a posicionar a la empresa frente a los competidores directos, y es una pieza fundamental que ayuda al desarrollo del plan estratégico

✿ **Planeamiento estratégico**

El plan estratégico de una empresa comienza con una relación de las variables que pudieran representar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (en pocas palabras el análisis FODA), de esta manera se identifica lo que puede hacer, con las capacidades, conocimientos y los recursos del equipo con el cual se van a iniciar operaciones (Weinberger, 2009).

También a través del análisis externo la empresa identifica lo que podría realizar basándose en las oportunidades. Esto ayuda a fundamentar las estrategias del negocio que son los recursos que emplea la empresa para alcanzar los objetivos.

✿ **Plan de marketing**

Una vez definido el segmento de mercado o *target* al cual se pretende llegar, se plantean las estrategias de marketing, donde se incluyen los métodos para identificar a los clientes potenciales, definir el enfoque de ventas, los canales de distribución, promociones, publicidad y política de fijación de precios, con el fin de determinar los métodos en los cuales las empresa se va a dar a conocer a los clientes.

✿ **Plan de operaciones**

Dentro de este plan se describen los métodos de operación, a su vez se define la ubicación, equipo y distribución del espacio dentro de las instalaciones. De la misma forma los procesos a realizar para el control de la materia prima y la forma de abastecimiento así como los procedimientos de compra para los proveedores de la empresa y el manejo de cuentas y stock dentro de la tienda.

✿ **Diseño de la estructura y plan de recursos humanos**

Una vez definidas las metas y estrategias dentro del plan de marketing y operaciones, es importante plantear el plan de recursos humanos. Los empleados son las personas clave para que la organización sea llevada al éxito, es por ello que la contratación de recursos humanos de calidad y con compromiso y dedicación para realizar las tareas dan una ventaja competitiva para la empresa. Mediante la organización de los recursos humanos es importante la definición de sus funciones tomando en cuenta las habilidades y conocimientos que cada puesto requiera, el organigrama servirá como representación de la estructura general de la empresa y como medio para dar a conocer la información necesaria al personal por medio de la jerarquía organizacional.

✿ **Proyección de los estados financieros evaluación financiera**

La planeación financiera requiere actividades como el análisis de los flujos financieros de una compañía, dentro de ello se realiza proyecciones de la inversión, financiamiento y dividendos, así como el balance de los activos que constituyen a la empresa, siempre orientadas a la creación de valor y crecimiento en la empresa. La idea es conocer el desempeño financiero y el rumbo al que se desea orientar el negocio (Morales & Morales, 2014).

1.1.6 Fundamentación e implementación de un plan de negocios

Dentro de la elaboración de un plan de negocios es importante identificar el modelo de gestión que será necesario aplicar para garantizar el funcionamiento y operación del negocio con su óptimo soporte administrativo y de dirección. Asimismo, como una idea de negocios requiere un análisis estratégico para determinar su proyección en el futuro, también es necesario determinar cuál será el proceso de formalización del negocio, con la finalidad que éste opere cumpliendo toda la normatividad vigente y evitar problemas en el futuro; finalmente es importante identificar y prever cuáles serán las acciones que se deberán desarrollar para convertir el proyecto en un negocio listo para operar (Paredes, 2011). En este sentido un plan de implementación deberá contener las siguientes partes:

1.1.6.1 Modelo de Gestión

El modelo de gestión es un conjunto de parámetros, normas y políticas organizacionales que ayudan a que exista una adecuada concordancia y coherencia de todos los componentes de la empresa (Paredes, 2011).

De primera instancia es necesario la generación de un organigrama que permita conocer las funciones y líneas de acción y comunicación que los empleados deben de seguir escogiendo un tipo de organización que permita la fluidez del negocio. Después de seleccionar el tipo de organización se conocerá la estructura ideal para el proyecto con una estructura flexible que sea funcional para el mercado y que permite determinar funciones y responsabilidades específicas.

Para ello es necesario identificar dos tipos de funciones: las generales y las específicas. Las funciones generales usualmente son aquellas tareas compartidas por todos los cargos de un área o son generales para todos los cargos del proyecto. Las específicas describen las tareas que corresponderán exclusivamente a cada cargo. Según la complejidad del proyecto esta descripción de funciones deberá ser más o menos detallada (Mendoza, 2010).

Es importante que el diseño del puesto de trabajo sea planificado y especificado, con el fin de evitar errores que ocasionen brechas de rendimiento operacionales dentro de la empresa; transformándose en gastos adicionales, renovaciones de personal y costos de reclutamiento y capacitación para desempeñar el puesto. El sueldo dependerá de la decisión de la empresa respecto de las remuneraciones del personal; es decir, uno puede ofrecer un sueldo superior, similar o inferior al promedio del mercado. La decisión dependerá de la especialización del puesto, la experiencia requerida o la combinación de ambos factores.

1.1.6.2 Requerimientos legales y formales para la constitución del negocio

Dentro del desarrollo del plan es necesario conocer la estructura legal y jurídica que la empresa desempeñara antes las normas legales vigentes del mercado. También es importante saber qué leyes son aplicables al factor humano, que es conocido como el elemento más importante en las empresas y requiere atención especial, ya que son varias las instancias y leyes aplicables a este sector. No menos importante es saber las implicaciones de orden fiscal en las que se incurre al tener una empresa o constituir una sociedad mercantil (Ayala, 2008).

1.1.6.3 Presupuesto Operativo

En la etapa de implementación es necesario conocer en términos económicos la previsión de la actividad productiva de la empresa en un futuro. El presupuesto operativo proporciona una apreciación global de los costos de operación. Para establecer un correcto presupuesto

es necesario haber desarrollado de manera correcta un plan de operaciones que permita conocer las necesidades para el correcto funcionamiento del servicio.

Generalmente, la fase presupuestaria comienza con la extrapolación del presupuesto de ventas o de cobros de ejercicios anteriores, analizando el mercado, tanto la demanda, oferta y la tendencia de la economía. También hay que tener en cuenta el presupuesto de gastos de ejercicios anteriores y ver en qué medida se puede reducir en un futuro. Una buena previsión a través de un presupuesto operativo es vital porque de él depende el resto de los presupuestos e intervienen variables externas, no controlables por la empresa (Emprende Pyme, 2018).

1.1.6.4 Comunicación del plan y motivación del personal

La estrategia y el plan de negocios se comunican a través de los gerentes y el personal de manera que conozcan y creen un sentido de pertenencia con el plan. Además se necesita detallar las funciones y conocer la forma correcta de dirigir al personal. De igual forma el plan sirve como medio de motivación para el personal ya que mediante la información que proporciona dará a conocer dónde y cómo los trabajadores contribuyen al éxito organizacional. Los gerentes y el personal no deben de limitarse a su área de trabajo, sino también deben de sumarse a la idea, tarea y objetivos de la empresa (Mendoza, 2010).

Capítulo 2

Antecedentes de la empresa



Introducción Antecedentes de la empresa

En este capítulo se realizará una breve descripción de los antecedentes de la empresa; con una breve explicación sobre el nacimiento de la idea de constituir una empresa como “**Pethome**”, desde un fundamento social en el que el concepto de tener un perro como mascota ha evolucionado a ser un miembro importante dentro del núcleo familiar, así mismo se realiza la explicación de la oportunidad de negocio dentro del target al cual está destinado y el área geográfica en la cual se va a posiciones. A su vez dentro de dicho capítulo se incluirá la identidad de la empresa, la visión, la misión, así como los valores que regirán a la misma y a sus empleados. Por último se resaltarán los objetivos que como empresa pretenden alcanzar, cuando inicie operaciones.

Capítulo 2: Antecedentes de la empresa

2.1 Antecedentes de la empresa

El nexo de unión del hombre con los animales especialmente con las mascotas es estrecho, cada vez se tiene conciencia social de la convivencia con un animal y de los beneficios que traen consigo, debido a que cada día son más valoradas. La interacción con mascotas aumenta la empatía de los seres humanos, la compañía de un can mejora el equilibrio emocional y físico de las personas haciendo que los seres humanos lleven una vida más sana, aumentando la calidad de la misma y la sensación de bienestar.

El impacto de las mascotas en el núcleo familiar de los seres humanos ha sido positivo, ya que existe un cambio en la participación de las mismas conforme la sociedad ha evolucionado. Hace 20 años el hecho de tener un perro implicaba que fuera el cuidador de casa, tenerlo amarrado a un árbol o poste cercano, además de ser un medio de protección para la familia y el hogar, el cuidado en la alimentación del can en la mayoría de los hogares era poco sana ya que eran alimentados con desperdicios de comida casera y en algunas ocasiones con croquetas de baja calidad; aunado a las limitaciones en gastos respecto a vacunas o chequeos médicos constantes.

El rol de la mascota se ha tornado distinto, donde el término mascota se ve transformado en “perrhijos”. Dicho término ha tomado importancia en la época de los llamados “millenials”; dicha generación es definida por las personas nacidas entre 1981 y 1995, jóvenes entre 20 y 35 años que se hicieron adultos con el cambio de milenio (en plena prosperidad económica antes de la crisis) (Gutiérrez, 2014) “

El término “perrhijos” fue acuñado, por primera vez en el 2011 en México. La idea era combinar, en una misma palabra, el concepto perro y el concepto hijo y describir, así, una nueva tendencia a tratar a los perros como niños dentro del núcleo familiar (Benitez, 2017). Es así donde en la actualidad las parejas jóvenes reducen la importancia de tener hijos y optan por la idea de constituir el núcleo familiar con “perrhijos”, la integración de un perro al círculo familiar ya sea por motivos de adopción o compra, ha implicado que las familias destinen un porcentaje de los gastos familiares en los nuevos miembros de la familia.

Estos gastos han ido aumentando, ya que el alimento no solo es una necesidad básica, sino también se ha vuelto una prioridad comprar juguetes, ropa, correas, collares, camas; contratar servicios como estética canina, hasta entrenamientos y chequeos médicos

constantes, inclusive se han desarrollado empresas para servicios funerarios y/ pensiones caninas para el cuidado de las mascotas en caso de que los dueños no puedan procurarlos por determinado tiempo.

Considerar a los “perrhijos” como un miembro más de la familia, impulsa a los miembros a buscar sitios donde sean tratados como en el seno familiar, la oferta creciente de empresas enfocadas al cuidado de las mascotas no solo busca nuevos canales de venta sino también crear la necesidad de llegar a aquellos hogares conformados por una o dos personas que han tenido como tendencia humanizar a las mascotas.

En este sentido, “**Pethome**” se propone como una nueva oportunidad en el mercado de Lerma, Toluca y Metepec; el crear una clínica y pensión donde el can puede ser tratado como en casa, se ha vuelto una prioridad en el mercado para aquellas familias que por cuestiones laborales o de recreación, no pueden cuidar de su mascota por determinado tiempo, aunado a que el traslado de las mismas ya sea por distancia, tiempo o medio de traslado se torna complicado para aquellos dueños que no tienen los recursos o un transporte propio adecuado para poder acudir al establecimiento.

El incursionar al mercado una clínica integral y pensión para perros donde los cuidados son altamente especializados y con el plus de poder dar un servicio de recolección de las mascotas, representa una oportunidad para aquellas familias que buscan el mejor cuidado para los “perrhijos”. “**Pethome**” fija como meta proporcionar un servicio de calidad y cuidar al *can* como si estuviera en su entorno familiar, son las ideas iniciales que inspiraron a la creación de esta empresa.

La inclusión paulatina de los canes en la sociedad y el crecimiento del mercado de mascotas fueron medios de inspiración para la creación de dicho establecimiento, pretendiendo llegar a aquellas familias que han optado por adquirir productos para mascotas con una creciente sofisticación y calidad con tendencia hacia lo *premium*.

2.2 Identidad empresarial

2.2.1 Misión

Brindar bienestar y atención personalizada a cada can a través de asistencia de calidad técnica y calidez humana.

2.2.2 Visión

Ser líder en el mercado canino, incidiendo con acciones en la problemática de la búsqueda de espacios en servicios de estancia así como de servicios médicos veterinarios y complementarios, con la premisa de brindar a los clientes un servicio con diferenciación y respaldo profesional a través de la capacitación constante y enfocada a la satisfacción y bienestar de los canes en todas las edades.

2.2.3 Valores

Los valores son aquellos principios que permiten orientar el comportamiento humano y organizacional cuyo fin es la realización como personas; son los pilares más importantes de cualquier organización. Se refieren al carácter, la forma en la que operará y como se toman las decisiones dentro de la misma. Los valores de la empresa son la empresa en sí, es el motor interno y la sobrevivencia de la misma, con esto los trabajadores de la empresa crean sentido de pertenencia y hacen a la empresa propia, siendo los mismos los que rigen a los dirigentes primordialmente ya que ellos deben de ser los primeros en cumplirlos. Los valores que guían y distinguen “**Pethome**”, se encuentran representados en la figura 2, seguidos de una explicación breve pero específica de cada uno de los valores.

Figura 1: Valores de la empresa



Fuente: Elaboración propia

El **Compromiso** como valor es adoptado por “**Pethome**” con el fin de apoyar a las familias que deciden dejar a los canes a cargo de los servicios integrales para brindar una mejor calidad de servicio y cuidado a lo largo de su estancia o entrenamientos. Dicho valor será trabajado de manera recíproca entre el personal del centro y los familiares de las mascotas que albergan los establecimientos.

El **Respeto** hacia la integridad de los canes es primordial para la prestación del servicio, la atención individual como característica ayuda a que cada uno de los beneficiarios que soliciten las atenciones, siempre sean tratados con cortesía y amabilidad.

Brindar **Confianza** y **Entusiasmo** durante la estancia de las mascotas en las diversas actividades, es un valor vital para “**Pethome**”, ya que se quiere ofrecer seguridad a cada uno de los usuarios. La **Constancia** dentro de cualquier proceso de cuidado, entrenamiento y tratamiento que se brindará en el establecimiento, dará como resultado el éxito en cada uno de las prestaciones hacia las mascotas y a sus familiares.

Mediante la **Tolerancia** hacia las capacidades y dificultades que el can demuestre y el **Amor** hacia las mascotas, así como en el trabajo que el entrenador realice “**Pethome**” denotará la **Responsabilidad** con la que se desenvuelven los tratamientos, atenciones y cuidados identificando al centro como un espacio comprometido con la sociedad a la que presta su servicio.

2.2.4 Filosofía

La filosofía de “**Pethome**” es inspirada fundamentalmente por la integración de los pilares que la solidifican como empresa; los empleados como parte fundamental que la integran, los clientes como razón de ser para brindar el mejor servicio con la mayor calidez humana y técnica, con el compromiso de que cada can viva una experiencia única dentro de las instalaciones y con el mayor amor y cuidado posible.

Por medio de los valores de “**Pethome**” se definirán las reglas aplicables a largo plazo que regirán la conducta de la empresa y de sus empleados, en las cuáles serán las normas en las que se basarán para desarrollar las actividades día a día. Tanto la filosofía como los valores organizacionales mezclarán la cultura para el desarrollo de la empresa. Con el compromiso firme de trabajar con paciencia, amor, dedicación, cuidado, energía, constancia

y sobre todo con trabajo en equipo para que los canes y sus dueños además de ser clientes, sean parte de la familia “**Pethome**”.

2.2.5 Objetivos

- ✿ Brindar servicio de hotelería, atención médica y entrenamiento a los dueños interesados en el cuidado de su mascota; en el área de Metepec, Lerma, así como el municipio de Toluca.
- ✿ Aplicar técnicas de adiestramiento y veterinarias con procesos actualizados en canes de todas las edades y razas para el cuidado de los perros en el área de Toluca, Lerma y Metepec.
- ✿ Crear un espacio recreativo y de hospedaje para perros, convirtiéndose en la clínica veterinaria integral preferida del área.

Capítulo 3

Mercado y Producto



Introducción: Mercado y producto

El análisis de un mercado permite conocer las oportunidades de negocio y crear una necesidad de producto con el fin de emprender una nueva empresa. La recolección y análisis de resultados permiten crear una idea específica sobre la nueva oferta de producto o servicio que se pretende incorporar al mercado.

Dentro del capítulo 3 se explicarán las necesidades que se pretende satisfacer hacia los consumidores finales, complementando con la descripción de los servicios que se ofrecerán hacia los clientes resaltando los factores diferenciadores e innovadores. Por otra parte se hace una breve explicación de los consumidores finales a los que la empresa se dirige así como las tendencias del mercado que están siendo contempladas para el desarrollo del negocio.

En el mismo capítulo se detallan los competidores a los que “**Pethome**” se enfrenta dentro del mercado, se hace un propuesto sobre los precios de los servicios, así como las estrategias de publicidad, y el área geográfica a la cual se dirige. Por último se establece el plan de operaciones de negocio presentando el lay out del establecimiento.

Capítulo 3: Mercado y producto

3.1 Descripción del Servicio

3.1.1 Necesidad que va a satisfacer

El mercado de las mascotas a nivel mundial, regional y local no deja de sorprender. Las mascotas son un miembro más de la familia (Santamaria , 2018). La identificación profunda de los mexicanos con sus mascotas, crea una gran oportunidad para las marcas. Hoy en día las familias viajan con sus perros y hacen ejercicio con sus dueños, además requieren entrenamiento y atención estimulante la mayor parte del día, comen alimentos orgánicos o se duermen en camas de lujo (Enríquez M., 2017).

Existen varios factores sociales, económicos y culturales que han incrementado el consumo de productos, accesorios y servicios dirigidos hacia las mascotas. **“Pethome”** busca incorporarse en dicho sector, donde las familias que tengan a perros busquen el cuidado de sus canes con productos y servicios especializados de calidad, de igual manera, la empresa busca facilitar el cuidado de sus mascotas por medio de servicios completos integrales que van desde un baño, hasta el hospedaje y cuidado temporal de ellos a un costo accesible, ayudándolos con el traslado a las instalaciones desde su hogar.

En la actualidad el nexo de unión del hombre con los animales especialmente con las mascotas es frecuentemente estrecho, cada vez se tiene conciencia social de la convivencia con un animal y de los beneficios que esto trae consigo.

La relación hombre-mascota se ha convertido en una conexión en la que el animal ha ocupado por derecho propio un destacado sitio en la vida de los seres humanos a tal grado de ser considerados como un miembro más de la familia; las personas encuentran en sus animales un “nexo con la naturaleza” y canalizan parte de su energía brindando cariño y cuidado a ellos.

La sociedad ha ido evolucionando y las personas deciden que tener un hijo puede esperar; ya sea por motivos profesionales o personales y también gracias a los avances tecnológicos, la gente ya no se ve en la necesidad de procrear; es decir el tener hijos ya no es una prioridad. Actualmente para la sociedad, sobre todo aquellas generaciones precedentes, empiezan a aceptarlo como un estilo de vida y decidiendo tener un perro, que supla esta necesidad afectiva; creando un vínculo muy estrecho parecido al cariño padre-hijo dando a éste el

cuidado y protección tal y cual como lo harían con un hijo o lograr la vinculación con los hijos que ya tienen; éstas mascotas han recibido el nombre de “hijos perro”.

En cambio tener una mascota, requiere aceptar la responsabilidad que esto conlleva, responsabilidad que recae totalmente en el adulto, ya que si una mascota no se cuida y/o no se controla en forma adecuada, puede llegar a ser trabajo extra en el cuidado y educación para la familia, y una tardía inclusión a la sociedad.

Uno de los mayores inconvenientes cuando se decide tener una mascota es el cuidado integral que se debe incorporar como parte de la responsabilidad del propietario; éste cuidado en muchos casos no es brindado de la manera adecuada, debido a que los amos no tienen el tiempo, la paciencia o el espacio necesario para cuidar de sus mascotas como éstas lo merecen, por lo que surge una necesidad imperante de que exista un lugar en donde las familias puedan dejar a su mascota para que sea cuidada, vacunada y atendida de acuerdo a las necesidades exclusivas de cada animal.

En la actualidad las necesidades básicas de las mascotas han adquirido un valor agregado haciendo que se mejoren las condiciones de éstas dentro de las viviendas, potenciando el desarrollo del negocio de servicios y productos.

En México, estos servicios están en aumento, a su vez, los sitios especialistas en atención canina son pocos en comparación con la población de perros que se pueden atender, considerando que el 80% de los hogares cuenta con una mascota.

Existen 26 millones de mascotas en México de los cuales 19 millones 500 mil son canes; y siendo 5.85 millones los perros que viven en un hogar (Enríquez M. C. , 2017) es por ello que implementar un proyecto viable que considere la identificación que los mexicanos tienen hacia sus mascotas ha sido la idea principal del presente proyecto desenvolviéndose en un ámbito competitivo dentro del sector de mascotas y participe en el nicho de servicios de “lujo” en el cual se incursionará. Los “hijos – perro” se han vuelto nuevos clientes en la Unión Europea, Estados Unidos y Canadá donde los dueños han adoptado a sus mascotas como nuevos integrantes de la familia y el gasto que se destina para su cuidado ha aumentado considerablemente.

A través de una investigación de campo se ha detectado en la zona de Toluca, Metepec y Lerma la necesidad de un lugar en el cual los perros tengan el espacio y personal capacitado para ser atendidos como uno más de la familia a la que ya pertenecen.

Por ello, a través de “**Pethome**” se busca cubrir las necesidades de los amos cuidando a sus mascotas como estas lo requieren y como su familia lo haría mediante la atención personalizada y diferenciada de un servicio de estancia y hotel canino, así como la prestación de servicios médicos veterinarios menores y complementarios. Además contará con el servicio de adiestramiento en distintos niveles y con la instrucción de entrenadores certificados.

Lo anterior podría confundirse fácilmente con una veterinaria convencional, pero esta estancia canina es algo totalmente diferente en todos los sentidos, ya que además de estar especializada y enfocada únicamente en perros, contará con el personal capacitado para atender a estas mascotas de manera única, especial y diferenciada, así como un espacio amplio de zonas verdes para que puedan caminar, jugar, hacer sus necesidades y convivir con otras razas de perros.

Con esta idea se busca que las familias cuyas actividades diarias no les permite darle el tiempo y cuidados a sus mascotas de la manera en que ellos quisieran, opten por que este miembro de su familia sea atendido en su horario laboral, tiempos vacacionales o días en que los familiares no puedan cubrir las necesidades de sus mascotas, dicho servicio se llevará a cabo por personas especializadas creando un círculo de confianza donde permitan a dejar a sus perros estaren un lugar confiable con la seguridad de que sus “perrhijos” están en las manos adecuadas.

3.1.2 Descripción del Servicio

El servicio que brindará “**Pethome**” es de tipo veterinaria en coordinación con estancia para perros, buscará la total satisfacción de sus dueños, así como el completo desarrollo y cuidado de los canes. Ofrecerá una completa gama de servicios los cuales se describen a continuación:



Atención médica veterinaria

- 🐾 **Identificación del cliente:** Si la persona no es cliente es necesario realizar un registro del dueño, y para ello la persona que acuda a las instalaciones deberá identificarse, para todos los efectos administrativos y por supuesto legales. En caso de que sea una mascota que haya sido abandonada y la persona que acuda al servicio decida dejar en

las instalaciones al canino, deberá hacerse responsable del cuidado y gastos que esto conlleve.

- ❦ **Identificación del perro:** se llenará un formato con la información completa del perro, tales como: nombre, especie, raza, sexo, edad, lugar de residencia y cartilla de vacunación. Una vez obtenida dicha información el can podrá acceder a las instalaciones para el recibimiento de cualquier servicio.
- ❦ **Medicina preventiva:** promoción y protección de la salud, evitando el contagio hacia la población canina y hacia sus dueños, la medicina preventiva en este momento dispone de múltiples herramientas como métodos de prevención para enfermedades.
- ❦ **Diagnóstico:** una vez analizado al can, el veterinario recomendará a los dueños los cuidados necesarios para preservar la salud de sus caninos y realizará una historia clínica del paciente, ya que es importante conocer todos los antecedentes clínicos y padecimientos que el perro haya presentado.
- ❦ **Nutrición:** papel fundamental para preservar la salud de las mascotas. Ya que una de las valoraciones básicas involucra el peso del animal, ajustar el tipo de alimentación con las cantidades adecuadas y el ejercicio óptimo que deben de tener para mejorar sus condiciones, las desparasitaciones y las vacunas como elementos básicos de la medicina preventiva.
- ❦ **Diagnóstico:** el veterinario deberá checar los signos vitales del can considerando la frecuencia cardíaca, frecuencia respiratoria y temperatura corporal,. Dentro de la exploración el pelaje y la piel arrojarán datos de alguna enfermedad que ayudará al veterinario a tener una mejor idea sobre el padecimiento, considerando también, encías, paladar y dientes, orejas y la respuesta sensitiva a la luz en los ojos de los perros.
- ❦ **Hospitalización:** de acuerdo a las características del tratamiento, se le dotará de medicación y sueroterapia en caso de requerirlo y se procurará la buena higiene de su espacio para evitar más enfermedades durante su estancia.
- ❦ **Tratamiento:** una vez que el can sea dado de alta, el veterinario realizará una receta en caso de continuar con medicamentos y un informe médico en donde explique las condiciones del can, con las recomendaciones pertinentes para que la recuperación sea lo más favorable y en un periodo corto en su hogar.
- ❦ **Etología:** la Etología es la descripción y análisis del comportamiento de los animales en su ambiente natural y explica el por qué la razón de sus actos. (Tami, 2018). Una vez que el can acuda a las instalaciones se realizará una valoración de acuerdo al tipo de

comportamiento que presente, se contemplará el entorno natural y familiar en el que es desarrollado.

🐾 **Diagnóstico:** los problemas más recurrentes que presentan los canes son:

- Problemas de agresividad o comportamientos autodestructivos.
- Fobias, miedos y ansiedad.
- Problemas de confianza con otros animales, así como con otras personas, derivados de una socialización tardía.
- Comportamientos excesivamente dominantes e impulsivos.
- Conductas repetitivas.
- Problemas de hiperactividad.
- Ansiedad por separación.

🐾 **Terapia:** para aquellos canes que tuvieran una lesión o problemas de nacimiento, el veterinario con ayuda del adiestrado

🐾 **Tratamiento:** se realizarán una serie de ejercicios y movimientos asistidos con los perros para mejorar las condiciones de salud y lograr una mayor evolución, con el fin de que los canes con lesiones tengan una calidad de vida óptima y puedan realizar actividades normales.



Estética canina y tienda

🐾 **Recepción de canes:** se realizará un check in con la información necesaria para que pueda disfrutar del servicio.

🐾 **Cepillado:** se llevará a cabo un cepillado elaborado del pelo del perro, para garantizar la limpieza de la mascota esto se realizará con cepillos que son especiales para cada estilo de pelo que el can tenga; en dicho procedimiento se busca eliminar los nudos, observar la posible existencia de parásitos, estado general de la piel, oídos o posibles abscesos.

🐾 **Baño:** el perro será introducido en una tina especial para iniciar el baño, tomando en cuenta las necesidades específicas y diferentes para cada raza, se considerará el tipo de baño de acuerdo a las condiciones y necesidades del manto canino, el cual puede ser de tres tipos, el primero es un baño normal; otro es un baño de tina o de burbujas y por último en seco.

Al estar las mascotas a cargo de los especialistas, lo primero en cuidar son los productos que se usarán para el aseo ya que su piel puede researse o generar flacidez; por lo que

se ofrecerán productos biodegradables, hipoalergénicos o bien alguno que el dueño prefiera y que se adapte con las necesidades especiales de los canes.

- ✿ **Grooming:** una vez realizado el proceso de preparación y el baño es necesario realizar la limpieza de oídos nuevamente, buscan la eliminación del exceso del pelo auditivo, la limpieza genital donde el especialista realiza un rasurado de la zona; ya que es una de las partes que más se ensucian; como parte de la estética se considera importante que el can tenga un servicio de pedicura en el cual se realizará el proceso de eliminación del pelo interdigital, también se procederá a realizar un buen corte de uñas, sin olvidar los espolones y la limpieza de ojos donde se retirarán las legañas y resto de suciedad, corte de pelo sobrante ubicado en zonas cercanas al ojo.
- ✿ **Peinado:** por último se realiza el proceso de arreglo y corte, utilizando elementos esenciales como maquinas eléctricas o tijeras que ayudaran al peluquero a crear el mejor “look” para los canes de acuerdo a los cortes especificados por los dueños, dando volumen, estética y movimiento al pelaje de los canes.



Adiestramiento

El adiestramiento canino es el proceso mediante el cual una persona logra que un perro aprenda y adquiera destreza en algo, y mantenga esa destreza y a su vez consiste en la modificación de conductas del perro a través del aprendizaje guiado.

- ✿ **Selección de adiestramiento:** existen varios tipos de adiestramiento, el cual se enfoca en diferentes técnicas y conductas para que el perro realice mediante instrucciones:
 - ✿ **Obediencia canina:** consiste en ejercicios que el perro realiza cuando su propietario o entrenador le pide que los haga. Dicho tipo de obediencia será manejada en tres niveles, básico, intermedio y avanzado dentro de los cuales se realizará un examen final para ver los alcances de los canes dentro del curso.
 - ✿ **Agilidad canina:** la cual es una modalidad deportiva para mantener sana la mente y el cuerpo de los perros, abre la puerta a guías que quieren desarrollar las capacidades del **perro** y a la vez reforzar el **vínculo** de unión, practicando deporte y en algunas ocasiones participando en competencias.
 - ✿ **Perros de asistencia emocional:** el entrenamiento tiene como fin que el can ayude a personas con problemas emocionales en situación de estrés o ansiedad, este entrenamiento enseñara a las mascotas a obedecer ciertos comandos y detectar

aquellos comportamientos que los dueños tienen cuando presentan crisis de acuerdo a su situación emocional, con el fin de dar apoyo, evitar golpes y consolar a sus amos frente a estas situaciones.



Gestión para la certificación de viajes internacionales

Por otra parte “**Pethome**” también brinda apoyo para la gestión de certificación de viajes internacionales emitidos por SAGARPA - SENASICA (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación), viajar con una mascota puede ser gratificante y divertido para ambos. Además de no tener la preocupación y la culpa de dejar a los canes en casa o con familiares.

- ✿ **Solicitud:** para obtener el certificado emitido por SAGARPA - SENACICA, es necesario realizarlo con 30 días antes del viaje. Dando tiempo suficiente para que todas las vacunas y papeles se encuentren en orden.
- ✿ **Consulta veterinaria:** el veterinario realizará pruebas específicas además de administrar las vacunas requeridas que el país solicite para poder ingresar y un informe médico ya que algunas razas de perros no pueden viajar en el área de equipaje por condiciones de su raza. El veterinario anotará los resultados de las pruebas en el certificado sanitario internacional.
- ✿ **Gestión del certificado:** se acudirá a las oficinas de SAGARPA, para validar el certificado de importación y exportación de la mascota, una vez dado el visto bueno se otorgara un sello el cual se presentara en el aeropuerto; evitando todo tipo de problemas al llegar al país destino.



Hotel y estancia canina

Otro más de los servicios que se ofrecerán es la estancia y hotel canino, para aquellas personas que cuenten con algún tipo de evento o bien no dispongan del tiempo necesario para poder cuidar a sus perros, esto va desde vacaciones hasta alguna fiesta en donde sus mascotas no puedan asistir y que involucre en dejar al can solo por un tiempo prolongado.

- ✿ **Recepción:** para que el can ingrese a las instalaciones, se procederá con la inscripción y envío para la valoración médica; además se le brindará a cada familia una mochila para

el can, en la cual los dueños podrán guardar la cartilla, juguetes, premios u objetos que el can prefiera, con el fin de que el mismo pueda sentirse cómodo durante su estancia.

- ❖ **Valoración médica:** la atención comenzará con una valoración médica al momento en el que ingresan los perros a la estancia, con la intención de que entren en condiciones físicas y de salud al lugar, en esta inspección se arrojan resultados sobre cómo llegan los animales en cuanto a la situación médica y así asegurar que otros canes no corran riesgo de contagiarse de alguna enfermedad, además de que será necesario contar con su cartilla de vacunación para dar el seguimiento correspondiente a la salud del can.
- ❖ **Hospedaje:** una vez hospedado el can se creará un calendario que indique las actividades a desarrollar durante la estadía y la asignación de habitación.
- ❖ **Desarrollo de actividades:** asignación del can a un determinado grupo de acuerdo al calendario, la cual podrá ser; ir por una pelota, elegir un juguete preferido, dar la mano, andar en bicicleta, aprender a nadar, buscar y guardar objetos, entre otras actividades que inspiren al can a convivir tanto con otros perros como familiares, las cuales serán en todo momento supervisados por los adiestradores o veterinarios según sea el caso.

Dentro de las habitaciones tendrán bebederos, comida, una cama acorde a su tamaño y el espacio será ideal para su estancia, además contará con cámaras de vigilancia para el monitoreo continuo de los canes, así mismo será un área climatizada y ventilada, con música para mejor experiencia, con el fin de que los huéspedes se sientan cómodos durante su estancia.

Transporte

En todos los servicios que se ofrecen los amos de los perros no tendrán que preocuparse por regresar a recoger a sus mascotas ya que “**Pethome**” tendrá el personal y el equipo necesario para entregarlos cuando ellos lo dispongan por medio de del transporte empresarial equipado de acuerdo a las necesidades de los canes, dicho medio contará con un horario flexible que podrá ser agendado por los clientes para la recolección y entrega del perro. Dicho proceso se realizará con mucha precaución; al momento de recoger la mascota en su domicilio, la familia entregará al can con la mochila brindada, en ella se encontrarán los



artículos de preferencia, el can deberá portar la mochila, collar con placa y correa en caso de ser requerida y la credencial elaborada por **“Pethome”**.

Para el traslado del can desde su domicilio se buscará la comodidad del mismo, incentivándolo con premios para poder trasladarlo sin que el can tenga miedo o periodos de ansiedad por la separación de su familia, alojándolo en un espacio cómodo dentro de la camioneta, el dueño firmará la solicitud de pensión con fecha y hora de salida de su domicilio, y el llenado de los servicios a adquirir y la programación de entrega. Al llegar a la clínica, el can será registrado en la base de datos, y se le notificará al cliente el arribo de su mascota, se le asignará una jaula para su estancia y la programación de actividades.

Al salir de la clínica se le notificará al cliente la salida de su mascota y el tiempo de arribo hacia el domicilio, al llegar se le hará entrega de la mascota con los accesorios brindados y la firma de la solicitud con fecha y hora. Cabe destacar que si el dueño solicita la compra de alimento o juguete, se le podrá hacer entrega con nota de venta en su domicilio el mismo día que el can arribe a su hogar.



Ferias de adopción

Por último **“Pethome”** como empresa comprometida en el cuidado de perros en situación de abandono, buscará apoyar a aquellos canes en dicha condición, rescatándolos, cuidándolos dentro de la estancia o solicitando apoyo a hogares temporales y promoviendo su adopción con ferias que ayuden a concientizar la adopción canina y evitar la compra de perros, dichas ferias serán compensadas con una cuota de recuperación que cubran algunos gastos que haya requerido el can. A su vez se buscará trabajar con centros que promuevan esta idea y con empresas que apoyan con alimentos, vacunas y difusión de adopciones en su página web, lo cual ayudará a los canes a encontrar hogares comprometidos que quieran formar una familia con un can.

Las ferias se realizarán en locaciones con afluencia de personas para que pueda ser visitada por familias que busquen la adopción de un perro como mascota, se instalaran stands donde se venda alimento, accesorios, entrenamiento y toda la información y equipo necesario para poder tener una mascota. Por otra parte los canes estarán en espacios para ser observados y que puedan interactuar las posibles familias con los perros y se realizará un desfile en el cual se destaquen las características esenciales de los cachorros.

Una vez que la familia escoja a su nuevo integrante se llenará un formulario con los datos necesarios para poder contactar a los dueños, ya que se realizará un seguimiento sobre el cuidado de los canes, con el fin de garantizar que están en un hogar donde los quieran y cuiden como lo merecen.

3.1.3 Factores diferenciadores y/o innovadores

“**Pethome**” como clínica veterinaria integral, buscará destacar dentro de los servicios para mascotas, siendo la única clínica y centro integral veterinario especializado en caninos dentro del área, cuyo fin es llegar a aquellos hogares y familias con un ingreso medio – alto donde núcleo familiar esté conformado por un canino y busquen atenciones, cuidado y adiestramiento del mismo.

Además se ofrecerán servicios veterinarios menores, estética y tienda, los servicios también incluyen terapias físicas para los canes que hayan sufrido lesiones importantes y como consecuencia hayan comprometido su integridad para poder realizar actividades que los perros “normales” pueden hacer, buscando la mejora de su calidad de vida. Las terapias son brindadas con los mejores elementos tecnológicos que contribuirán a la sanación de los canes, ayudándolo a realizar actividades que por sus condiciones les sean imposible hacer, promoviendo su mejor integración hacia la comunidad canina y hacia sus familiares

Por otra parte “**Pethome**” será un hotel y estancia canina, en el cual los clientes podrán contar y contemplar un lugar seguro para el cuidado de su mascota cuando ellos no puedan realizarlo por actividades recreativas, compromisos laborales y familiares les impiden cuidar de ellos, la tranquilidad que se les ofrecerá al adquirir los servicios ya que se destacarán en la calidad de las atenciones, las instalaciones de “**Pethome**” se han pensado en la comodidad de los huéspedes, con jaulas techadas, amplias, climatizadas y equipadas con camas individuales que brindarán a los perros un ambiente familiar y agradable durante su estancia, en la cual se buscarán actividades de recreación y adiestramiento pensadas en el carácter de los perros y buscando la maximización de aprendizaje.

Los servicios de estética y veterinaria estarán a cargo de profesionales y emplearan los instrumentos más innovadores y certificados para que la atención hacia los canes sea segura y se realice con el mayor cuidado, ayudando a que el can llegue a sufrir durante los procesos. El trato hacia los canes en “**Pethome**” es realizando siempre pensando en el bienestar de los clientes, son tratados como si sus dueños realizarán el servicio con el mismo amor y precaución.

Así mismo ofrece el servicio para obtener los certificados internacionales de viaje, y ayudar a los dueños a poder viajar con mascota y busca el fomento de la adopción canina, buscando mejorar la calidad de vida de los perros que han sufrido algún maltrato o han sido abandonados.

Por último a pesar de que existen algunas veterinarias que ofrecen el adiestramiento y la agilidad canina, el espacio con el que cuentan no es óptimo para ejercer dichas actividades, las instalaciones están situadas en un área libre en donde el can podrá realizar las actividades sin distractores, además de que ofrecerá entrenamiento para aquellas dueños que necesiten una mascota de asistencia emocional, este último servicio no es frecuente en clínicas locales, por lo cual **“Pethome”** procura ayudar a aquellas familias que lo requieran con el fin de mejorar su salud mental, ayudando de igual manera con el entrenamiento de un can que sea llevado por el mismo dueño o con la elección y adopción de alguno de los canes que buscan un hogar.

3.1.4 Ventaja Competitiva

Una ventaja competitiva permite tener una mejor posición frente a los rivales para asegurar a los clientes una fuente de ventajas que permita a la empresa ofrecer el servicio con mejor calidad, lograr menores costos que la competencia, mejor ubicación, y buscar un óptimo posicionamiento dentro del mercado (Centro de Empresas de Base Tecnológica, 2016).

Para **“Pethome”** ofrecer el mejor servicio con mayor calidad es su prioridad es por ello que la incursión dentro del mercado estará plasmada por la diferenciación para el posicionamiento hacia el mercado, en primera instancia **“Pethome”** será una clínica y pensión de servicios integrales especializada únicamente en caninos. Dentro del establecimiento se ofrecerán diversos servicios entre los cuales se incluirán el entrenamiento de obediencia básica a avanzada, modo competencia, can de asistencia emocional y terapia física para aquellos que lo requieran, además de contar con servicio de estética canina, clínica veterinaria, tienda de aditamentos y alimento así como la certificación internacional para que los perros puedan viajar con sus amos.

En consecuencia este servicio se desarrollará en un sector con nivel adquisitivo óptimo (A, B o C⁺)¹ en el cual las personas que integran este sector no cuenta con el tiempo necesario

¹ El Nivel socioeconómico se comprende de acuerdo a la clasificación que hace la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública A. C.), en donde las personas A y B Ganan de \$85,000.00 en adelante, mientras que las C⁺ ganan de \$35,000.00 a \$84,999.00 y C \$11,600 a 34,999.

para darle el cuidado que quisieran a su mascota, ya que son personas o familias que por actividades laborales o compromisos, no pueden dedicar el tiempo suficiente a sus mascotas, y optan por buscar establecimientos que brinden atenciones de calidad y a un precio accesible.

El servicio principal es el de pensión y hotel con servicio de recolección a domicilio programadas, dicho servicio evita que los clientes se trasladen a las instalaciones para dejar al can, mejorando la experiencia de los clientes, ya que los dueños pueden tener la tranquilidad a la hora de realizar sus actividades recreativas, familiares o laborales. La estancia dentro de las instalaciones permite crear un ambiente en el cual los perros se podrán sentir cómodos, con camas individuales, y habitaciones espaciosas y confortables, con vigilancia y ambientación; durante su estancia se brindan actividades recreativas y de entrenamiento, en donde todos los huéspedes interactúen de manera sana, promoviendo la convivencia con demás animales y personas.

3.2 Mercado y clientes

3.2.1 Descripción del consumidor

“**Pethome**” buscará llegar a un segmento de mercado con un poder adquisitivo medio alto que prefieran servicios de calidad para sus mascotas, a su vez mediante estudios realizados, se puede ver que los “millenials” y los “dinks” son consumidores potenciales para este negocio ya que son personas que han buscado complementar un núcleo familiar a través de una mascota, y que han optado por adoptar un “perrhijo” en vez de tener hijos, en los siguientes párrafos se realizará una breve descripción de los consumidores y del estrato socioeconómico que se pretende alcanzar.

3.2.1.1 Dinks

Los *dinks* son aquellas personas que deciden no tener hijos y que su tiempo es absorbido por el trabajo, definido de esta manera por el acrónimo Dual Income No Kids, definen su plan de vida a cumplir sus sueños y metas con ayuda de su pareja (Volkswagen México, 2018). Son parejas jóvenes de altos ingresos, que gasta sumas de dinero importantes en artículos y servicios de lujo y otras decisiones de entretenimiento.

Este tipo de consumidores han impulsado los bienes de lujo, la tendencia se da principalmente en niveles socioeconómicos media -alta, pues más del 59% de los *dinks*, tienen un grado universitario o superior (Forbes, 2013).

Los *dinks* son un mercado que busca la vanguardia y que tiene las posibilidades económicas para adquirir productos de moda, aquellos que para los hogares con hijos representarían un premio o capricho para los que no siempre alcanza.

Este tipo de nicho de mercado deciden destinar sus ingresos en cuidar su cuerpo y en realizar viaje, suelen ser adictos al trabajo, y les apasiona encontrar actividades culturales como tocar un instrumento, leer, dibujar o aprender idiomas. El círculo de amistades es pequeño por lo cual lo sustituyen con mascotas, invirtiendo en sus necesidades con artículos *premium*. El 22% del segmento se arriesga más a comprar productos nuevos, 10% más que los hogares con hijos.

3.2.1.2 Millenials

Los *millenials* son la generación nacida entre 1980 y 2000, son jóvenes entre y 20 y 35 años, son clientes que además de buscar una buena atención a la hora de adquirir un servicio exigen personalización y solicitan que las empresas se adecuen a sus preferencias.

Su desarrollo se consolidó en la era digital, por lo cual el desenvolvimiento social es a través de las redes, buscando y publicando artículos sobre gustos personales, familia, educación, política, entre otros. En la dimensión social cambian los hitos que han definido los modelos tradicionales de la adultez siendo una generación económicamente independiente ya que crecieron en un época de prosperidad económica, con mayor estabilidad y preparación educativa, la cual es enfocada en gastos lujosos, viajes y la decisión de procrastinar el formar una familia y tener hijos ya que cerca de dos tercios de los millenials prefieren tener un trabajo de tiempo completo en mercados emergentes o en economía consolidadas con mejor remuneración (Deloitte, 2017).

Dado el esquema laboral han transformado la constitución del hogar donde no necesariamente el modelo está conformado por mamá, papá e hijos, sustituyéndolos por una mascota, ya que dentro de los cambios de los paradigmas respecto a las mascotas, existen más sitios “pet friendly” donde esta generación puede acudir con sus denominados “perrhijos”.

Esta generación se destaca por la cantidad de dinero que invierte en cuidar adecuadamente de sus animales de compañía ya que gasta hasta \$3,500 pesos mensuales en el pago de servicios relacionados con su amigo de compañía, desde alimento especial, vestimenta, accesorios, pasteles, seguro de vida, guardería, cuidados médicos, medicamentos y hasta su cremación, a la hora de tomar decisiones respecto a la salud de sus amigos peludos, lo

hacen de otra manera. De forma estadística 57% cuenta con un veterinario de cabecera y 50% de ellos sigue los consejos del especialista al pie de la letra, por otra parte 92% compra regalos de todo tipo a sus mascotas, y no solo lo hacen en ocasiones especiales como cumpleaños o navidad: 51% lo hace al menos una vez al mes (Merck Pet Owner Paths, 2017).

En el caso de los *dinks*, mucho se ha dicho y hasta se ha caricaturizado que sus mascotas son una especie de preparación para conformar una familia o una especie de “sustituto” de los hijos, pero esto va más allá. Los *millennials* simplemente llevan muy en serio la antropomofización de sus mascotas, es algo a lo que están habituados a diferencia de otras generaciones que “descubrieron” lo grato de esta compañía. Y esto se observa en la manera en la que construyen un vínculo, para ellos cada acto ya sea de convivencia o consumo con ellos, representa una reafirmación de las características únicas de sus mascotas (Domínguez , 2018).

3.2.1.3 Niveles Socioeconómicos en México

La vida familiar en México está marcada gracias a los ingresos que el núcleo familiar posea y en el cual un individuo se desenvuelva. La Asociación Mexicana de agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI), crea el índice de Niveles Socioeconómicos (NSE) la cual es la regla basada en un modelo estadístico que permite agrupar y clasificar a los hogares mexicanos en siete niveles, de acuerdo a su capacidad para satisfacer las necesidades de sus integrantes (AMAI, 2018). Para el desarrollo del modelo de estimación del NSE la AMAI se ha basado en un marco conceptual que considera seis dimensiones del bienestar dentro del hogar:

- | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| ❧ Capital Humano. | ❧ Infraestructura Sanitaria. |
| ❧ Infraestructura Práctica. | ❧ Planeación y futuro. |
| ❧ Conectividad y entretenimiento. | ❧ Infraestructura básica y espacio. |

La satisfacción de estas dimensiones determina la calidad de vida y bienestar de los integrantes de los hogares. Actualmente la AMAI clasifica a los hogares utilizando la “Regla de NSE 2018”. Esta regla mide el nivel de satisfacción de las necesidades más importantes del hogar, produce un índice que clasifica a los hogares en siete niveles, considerando las siguientes seis características del hogar:

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------|
| ❧ Escolaridad del jefe del hogar. | ❧ Numero de baños completos. |
| ❧ Número de dormitorios. | |

✿ Número de personas ocupadas de 14 años y más.

✿ Número de autos.

✿ Tenencia de internet.

El nivel socioeconómico es una segmentación del consumidor y las audiencias que define la capacidad económica y social de un hogar y representa el nivel adquisitivo para acceder a un conjunto de bienes y estilo de vida (López, 2009).

✿ Descripción de Niveles socioeconómicos AMAI

➤ Nivel A/B

Este es el estrato que contiene a la población con el más alto nivel de vida e ingresos del país. Está conformado en un 82% por hogares en el que el jefe de familia posee estudios universitarios o superiores. En un 98% de los hogares se cuenta con internet fijo en la vivienda, y una mayoría de sus ingresos es destinada a la educación. Este nivel invierte en menor medida en alimentos.

Las personas de este nivel asisten normalmente a clubes privados. Suelen tener casa de campo o de tiempo compartido. Además, más de la mitad de la gente de nivel alto ha viajado en avión en los últimos 6 meses, y van de vacaciones a lugares turísticos de lujo, visitando al menos una vez al año el extranjero y varias veces el interior de la república. Complementan su vida con mascotas para invertir el tiempo libre que tienen después de las horas laborales.

➤ Nivel C+

En este segmento se consideran a las personas con ingresos o nivel de vida ligeramente superior al medio. En este sector el 89% de los hogares mexicanos que se ubican en este nivel tiene uno o más autos o vehículos de transporte. El 91% tiene acceso fijo a internet en su vivienda y cerca de un 31% del gasto es destinado a la compra de alimentos (Contreras, 2018).

A este nivel pertenecen también las familias emprendedoras, integradas por trabajadores independientes o profesionales. Por lo general son idealistas y sus compras se orientan a la satisfacción de necesidades psicológicas o simbólicas. Las personas que pertenecen a este segmento asisten a clubes privados, siendo éstos un importante elemento de convivencia social. Vacacionan generalmente en el interior del país, y a lo más una vez al año salen al extranjero.

3.2.2 Segmentación cuantitativa del mercado a atender y análisis de la demanda

El mercado real que “Pethome” está considerando para incursionar sus actividades, estará delimitado para la zona de Toluca, Metepec y Lerma, en el Estado de México. Se enfoca a un mercado de poder adquisitivo A,B o C+; cuya característica en común sea tener una mascota, específicamente en canino. Familias o unifamilias cuyas actividades laborales e intereses busquen la adquisición de servicios que busquen el cuidado de sus mascotas con servicios de calidad.

Desde el punto de vista práctico, sin perder rigor, se define el tamaño potencial del mercado como el producto entre el número de clientes potenciales y el monto de las compras promedio por consumidor; quedando de la siguiente manera.

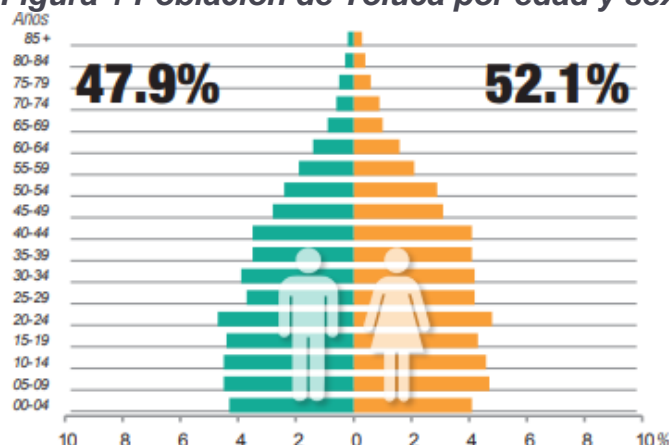
$$\text{Tamaño potencial del mercado} = N^{\circ} \text{ de clientes potenciales} \times \text{prom. de compras por cliente}$$

Es importante considerar que el tamaño de mercado a pesar de estar representado y haber sido calculado no es fijo y varía a través del tiempo. Además de tener influencias sociales y culturales durante su desarrollo.

Tomando en cuenta que para efectuar el cálculo del segmento del mercado, se debe conocer el número de habitantes que conforman a los municipios de Lerma, Toluca y Metepec con edades entre 20 y 59 años:

3.2.2.2 Toluca

Figura 1 Población de Toluca por edad y sexo 2015



🐾 Población Total

873,536 hab.

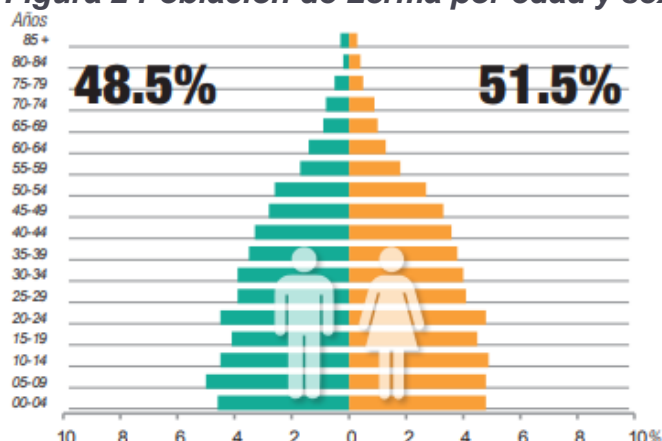
🐾 Población entre 20 y 59 años:

468, 652 hab.

Fuente: (Encuesta Intercensal, INEGI, 2015)

3.2.2.3 Lerma

Figura 2 Población de Lerma por edad y sexo 2015



🐾 **Población Total**

146,654 hab.

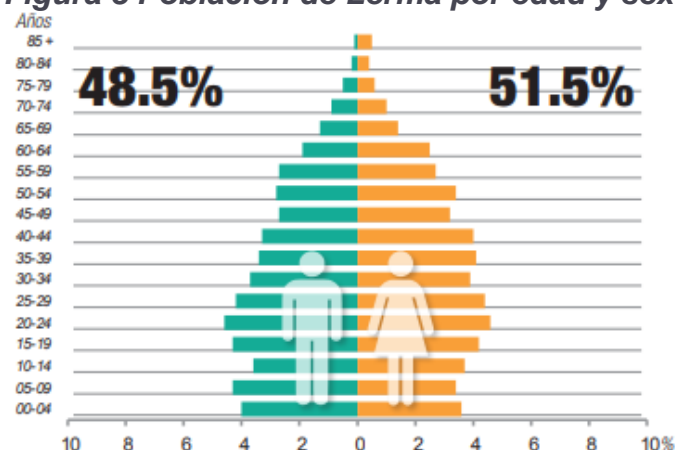
🐾 **Población entre 20 y 59 años:**

73,620 hab.

Fuente: (Encuesta Intercensal, INEGI, 2015)

3.2.2.4 Metepec

Figura 3 Población de Lerma por edad y sexo 2015



🐾 **Población Total**

227,827 hab.

🐾 **Población entre 20 y 59 años:**

118,470 hab.

Fuente: (Encuesta Intercensal, INEGI, 2015)

A lo que respecta al área de Toluca, Lerma y Metepec la población asciende a 1, 248,017 para el año de 2015, de los cuales 660,742 habitantes tiene edades entre los 20 y 59 años. Así mismo 37% de la población corresponde al nivel socioeconómico A/B y C+ de acuerdo a la clasificación de los niveles socioeconómicos (AMAI, 2017). Con la información anterior se puede calcular que lo siguiente:

$$\begin{aligned} \text{Clientes potenciales} &= 660,742(\text{hab. entre 20 y 59 años}) \times 37\%(\text{nivel socioeconómico}) \\ &= 244,474 \text{ hab} \end{aligned}$$

Utilizando la fórmula para calcular el tamaño potencial del mercado para “**Pethome**” es el siguiente:

$$\begin{aligned} \text{Tamaño potencial del mercado} &= 244,474(\text{clientes potenciales}) \times 5(\text{compras anuales}) \\ &= 1,222,370 \text{ ventas} \end{aligned}$$

El anterior resultado representa el número de ventas máximas posibles que podría tener “Pethome” si todos los clientes potenciales adquirieran el servicio. En consideración a lo anterior se puede observar que el tamaño de mercado es relativamente grande, conservando la factibilidad del proyecto hasta el momento de acuerdo al número de ventas posibles.

3.2.3 Análisis de las tendencias y de la demanda del mercado

El mercado de las mascotas se ha volcado por generar nuevas tendencias que determinan el éxito de las marcas y nuevas empresas. Hoy en día se hace más común el servicio para las mascotas, ya sean perros, gatos, roedores, reptiles, aves, entre otras especies, por lo que el consumo de alimentos especializados, diversos accesorios y servicios complementarios ha incrementado el comercio en las tiendas de mascotas y los cuidados de los animales. Para los adultos jóvenes y “millenials” recién salidos del nicho familiar o incluso para los que se quedan en la casa de los padres mientras estudian y trabajan incorporar la primera mascota suele ser un hito más anhelado que el matrimonio y los hijos. Es por ello que la mascota se convierte en algo más que solo un animal de compañía.

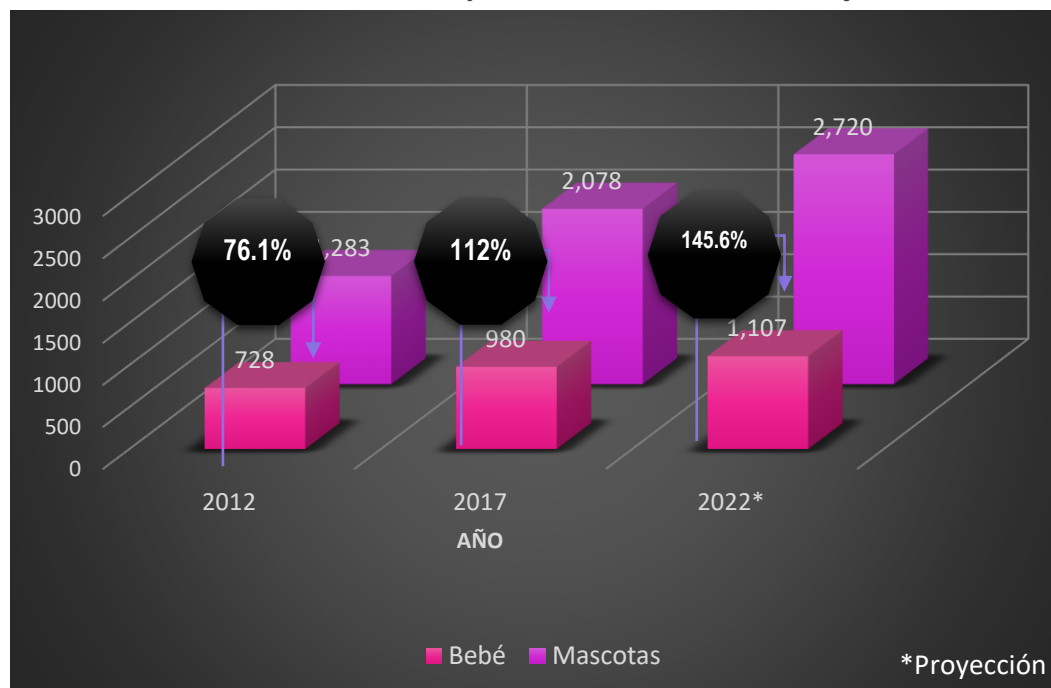
El incremento de gasto para el cuidado de la mascota se debe a la tendencia de más familias por la adopción de un perro en vez de tener un bebé, por factores generacionales y económicos, las personas han puesto en una balanza los gastos que esto conlleva versus los salarios que perciben. El mercado reveló a través de un estudio que los hogares en un 28% adquirieron víveres infantiles, mientras que 57% adquirió alimento para mascotas (Castañares, 2018).

En México, existen alrededor de 30 millones de mascotas, con un valor de mercado de dos mil 200 millones de dólares anuales, de acuerdo a un estudio por parte de Euromonitor, demostró que en México el consumo de productos para mascotas aumentó, ya que se duplicaron los servicios, alimentos, ropa, juguetes y cuidados de la salud, dicho incremento ha sido comparado con el gasto que se hace con los infantes (Kiddo, 2017). Dicho estudio arrojó que el aumento fue del 77% entre el año 2011 y 2016 en mascotas mientras que en los niños se encuentra en un 47%, y entre el año 2016 y 2021 el aumento se verá de un 39% y en los niños un 33%.

De esta manera los tipos de gastos se ven reflejados en un nicho de mercado de poder adquisitivo alto, donde los propietarios de las mascotas están ubicados en los estratos mejor acomodados de la sociedad, los cuales se dedican a buscar los mejores productos y servicios para ellos, no importando el precio y teniendo mayores beneficios que faciliten los traslados de las mascotas. Uno de los nuevos negocios en las grandes urbes son aquellos que contemplan los servicios de pensión como manejo de bienestar animal y evitando las jaulas, también servicios de guarderías o kínder canino reflejando también un aumento en la adquisición de servicios de baño, corte de pelo de perros, adiestramiento canino, corrección de conducta, atención hospitalaria y urgencia en mascotas (Kiddo, 2017).

Existe una tendencia que sostiene un nuevo modelo de familia, en este núcleo el animal toma el lugar central del núcleo familiar. Dicha tendencia ha originado la creación de vocablos para denominar a estos grupos sociales en los que una pareja, o una persona viven y convive con un perro, un gato, un hurón y le da trato similar al que le daría un padre o una madre. En la gráfica siguiente se puede observar que el 2017 el mercado para mascotas valía 112% más que el de los infantes, y espera que para el 2022 la diferencia sea del 145.6% con referencia a las tendencias del mercado.

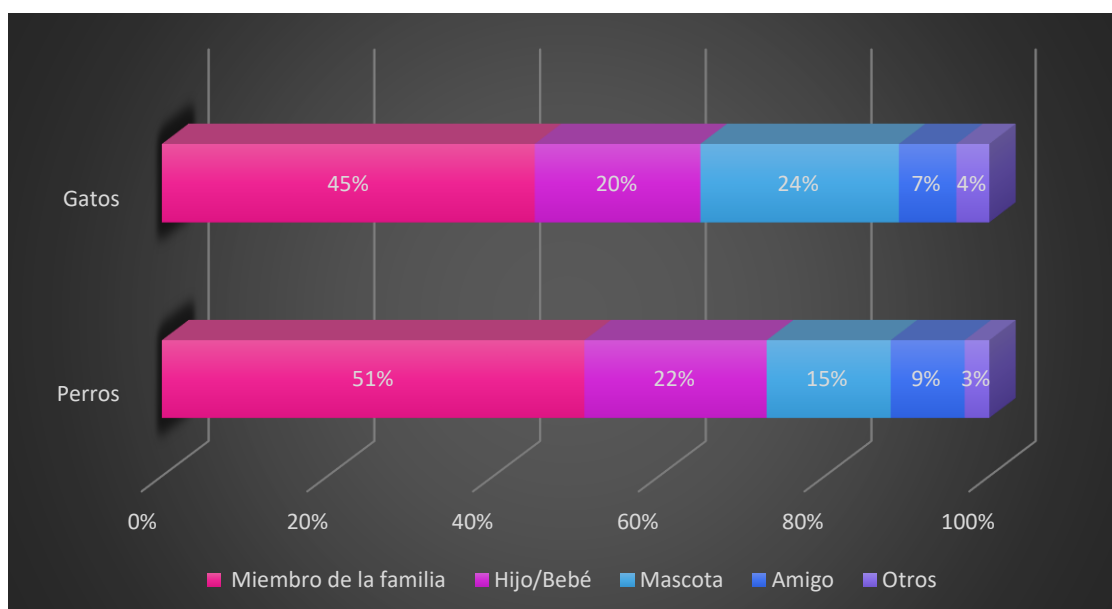
Gráfica 1 Valor de mercado de alimentos para animales domésticos y bebés de 0 a 3 años



Fuente: Fuente: (Castañares, 2018) con información de Euromonitor Internacional

Otra de las tendencias de los consumidores mexicanos en el mercado de mascotas es la creciente sofisticación en la compra de alimentos, dicho segmento ha generado un valor agregado con tendencias a lo premium con alimentos especializados para cada tipo de perros o gatos, en este caso los canes han recibido mayor impacto ya que estos productos han sido adaptados acorde a las necesidades terapéuticas, digestivas, holísticos, naturales y frutales. Entre 2010 y 2018, la contribución de alimentos para mascotas al Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC), triplicó su impacto, al pasar de 0.14 a 0.55 % (Usla, 2018), lo anterior demuestra que el crecimiento de este negocio se debe al cambio de mentalidad de los consumidores. En la gráfica 2 se puede observar que del 100% de las personas que tienen un mascota el 51% considera a los perros como un miembro más de la familia y más del 20% lo considera como un hijo o un bebé

Gráfica 2: % Participación de percepción en los hogares con mascotas en México al 2018



Fuente: (Castañares, 2018)

Así mismo es importante para los dueños considerar que el cuidado de la mascota es variable, es por ello las mascotas tengan una atención óptima y donde los dueños destinen un gasto mínimo promedio para el bienestar físico de los canes.

El fortalecimiento en la cultura de cuidado de mascotas en México es gracias a un incremento en los ingresos de los dueños, facilitando el acceso a los servicios *premium*. Es por ello que las empresas al ver el crecimiento de esta industria deciden innovar para crear nuevas necesidades y buscar su satisfacción.

Dichas empresas han apostado a la innovación y búsqueda de ventas en el mercado que aún no son atendidas, dándose a conocer mediante el comercio electrónico para que sirva de enlace y búsqueda de clientes potenciales, con el fin de ofrecer productos y servicios integrados que facilite el consumo de los dueños dentro del establecimiento, en el cual se brinda asesoría a los clientes y se fomenta el cuidado de la mascota, así como la promoción de campañas de adopción

Algunos de los servicios que ha logrado popularidad debido al acelerado ritmo de vida es el paseo canino, dependiendo de las necesidades del cuidado de la mascota y el tiempo específico de su atención se han creado pensiones, hoteles y resguardos caninos, así como servicios funerarios y aseguradoras. Gracias al incremento de los servicios México se ha logrado posicionar en el cuarto sitio a nivel mundial, como el país con 24.2 millones de perros domésticos, lo cual ha permitido el incremento de ventas de productos y servicios alimenticios para mascotas en el 2018 (Rosas, 2015).

3.2.4 Entrevistas de profundidad

Para poder analizar las preferencias del mercado se aplicó una encuesta a 100 personas en el área de Toluca, Lerma y Metepec para conocer sobre las tendencias y necesidades de los posibles consumidores.

El instrumento utilizado para la obtención de resultados para la empresa “**Pethome**” fue el siguiente:

3.2.4.1 Desarrollo de la encuesta

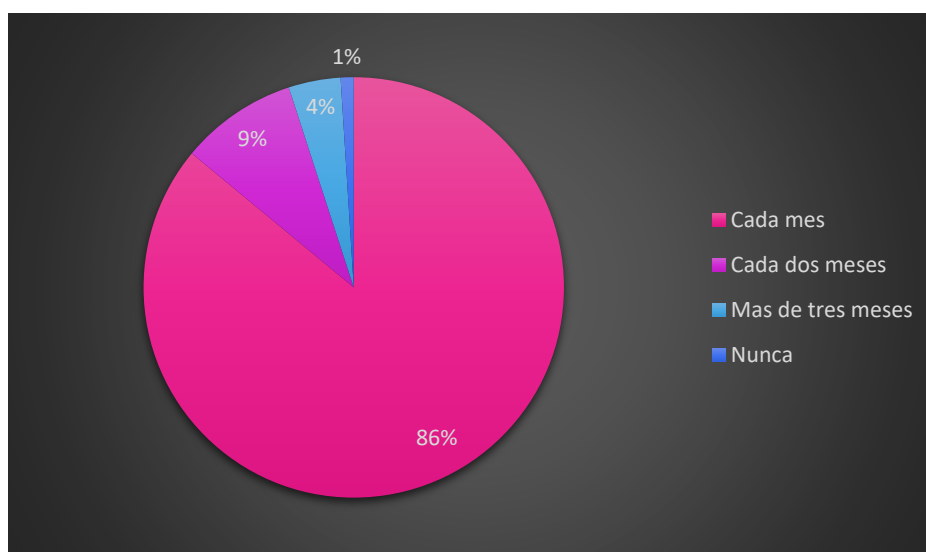
La información se obtuvo mediante una serie de encuestas en los domicilios ubicados en Metepec, Toluca y Lerma municipios localizados en el Estado de México. Dicho instrumento se aplicó a hombres y mujeres con edades oscilantes entre los 23 y 60 años; con características similares, de la cual la más importante será contar con una mascota en especial un canino.

3.2.4.2 Resultados obtenidos

Para una mejor interpretación de los resultados, se presentan las gráficas de los datos obtenidos de cada pregunta con la interpretación de la misma.

La primera pregunta de la encuesta, se enfoca en la frecuencia con la que los dueños de los perros adquieren servicios veterinarios, los resultados fueron los siguientes:

Pregunta 1: ¿Con que frecuencia adquiere servicios veterinarios?

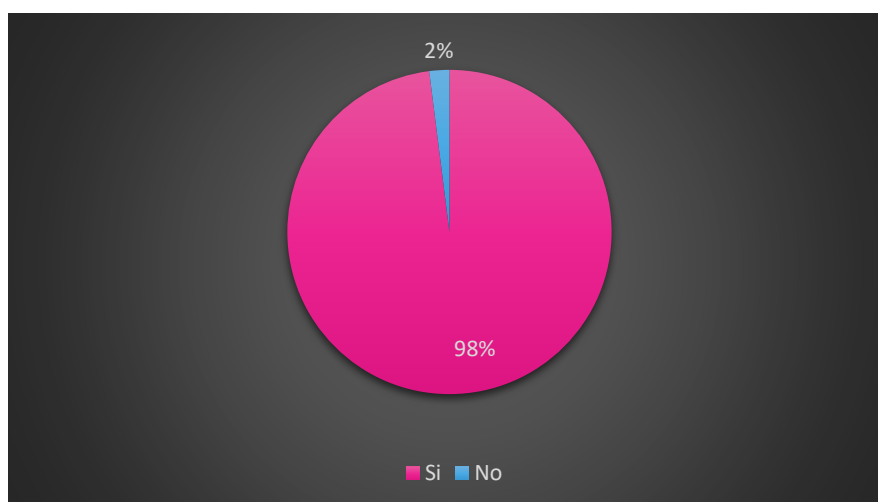


Fuente: Elaboración propia.

86% de las personas respondieron que adquieren servicios veterinarios cada mes dichos servicios van desde una consulta médica, entrenamiento o estética canina, 9% de los encuestados contestó que acuden cada dos meses y tanto que 4% recurre a dichos servicios en un periodo mayor a tres meses y solo un dueño nunca ha acudido a una clínica. Dichos datos dejan ver que hay una constante adquisición de servicios veterinarios y que mínimo cada mes adquieren un servicio los dueños de las mascotas

La pregunta número 2 plantea el conocer por parte de las personas encuestadas les gustaría que existiera dentro del mercado una clínica especializada en caninos, arrojando los siguientes resultados:

Pregunta 2: ¿Le gustaría que hubiera una clínica especializada en caninos?

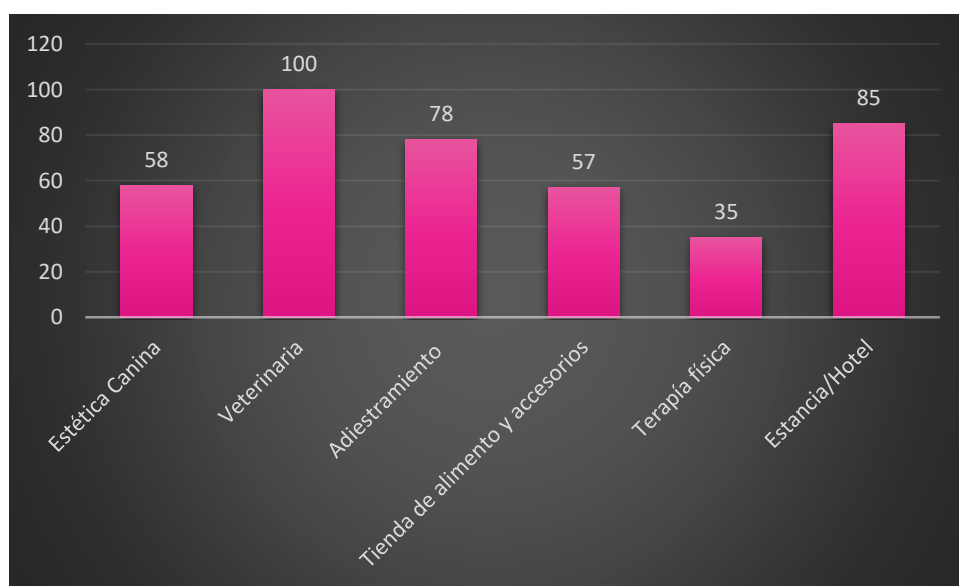


Fuente: Elaboración propia.

Dentro del 98% de las personas contestó que si les gustaría que hubiera una clínica dedicada exclusivamente en atender a perros y solo 2% de ellas respondió que no le gustaría. Esto deja ver que los dueños de mascotas prefieren una clínica donde únicamente sean atendidos canes.

Respecto a la pregunta número 3 se cuestiona a las personas sobre los servicios que considera necesarios para el cuidado de su mascota después de realizar el proceso de recolección de resultados se obtiene lo siguiente:

Pregunta 3: ¿Qué servicios considera necesarios para el cuidado de su mascota?

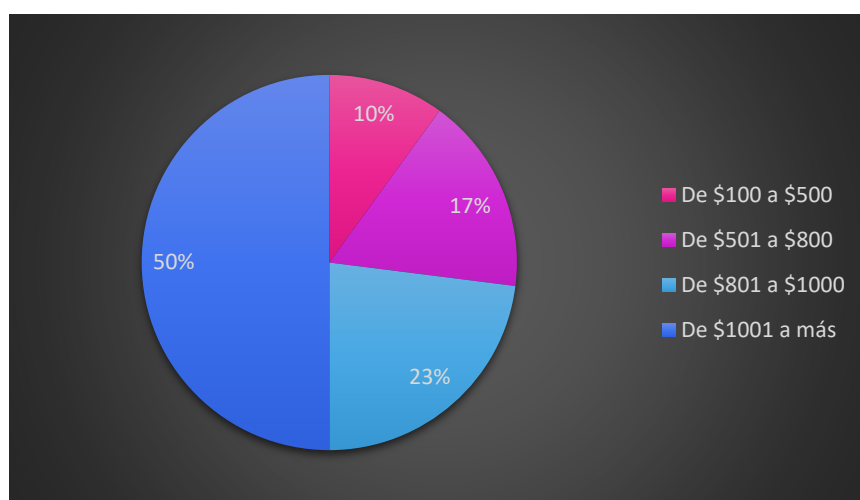


Fuente: Elaboración propia.

Para dicha pregunta los encuestados contestaron de manera libre los servicios que les gustaría adquirir, 100 personas consideraron importante el servicio de veterinario, seguido por la estancia u hotel con 85 personas, por otra parte brindar adiestramiento los canes fue considerado por 78 personas, seguido de las demás prestaciones tales como la estética canina (58 personas), tienda de alimentos y accesorios (57 personas) y un número menor consideró necesario la adquisición de terapia física para sus canes (35 personas). De acuerdo a los datos anteriores hay una clara tendencia hacia la demanda de servicios de hotelería, adiestramiento y estética canina.

Respecto a la pregunta siguiente resaltando que se enfoca al gasto que destinan los dueños de las macotas en su cuidado, los datos fueron los siguientes:

Pregunta 4: ¿Cuánto invierte en su mascota al mes?

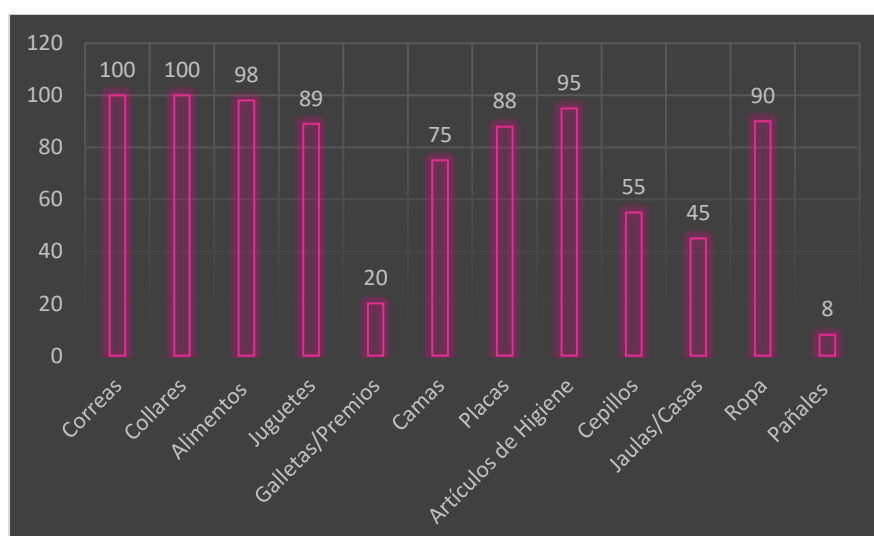


Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en el grafico anterior 50% de las personas destina más de \$1001 en el cuidado de su mascota, en tanto que 23% de los encuestados invierten en su cuidado un presupuesto que oscila entre los \$800 y %1000, seguido por 17% que deciden gastar entre \$500 y \$800, por último 10% de las personas encuestadas que cuentan con un perro gastan entre \$100 y \$500 en el cuidado de sus canes. La mitad de la población encuestada, al mes paga más de \$1000 mxn en el cuidado de las mascotas, ya sea por la inversión en alimento, algún servicio de cuidado o bien estético o de hotelería.

Es importante dar atenciones hacia las mascotas y buscar los accesorios necesarios para su cuidado, es por ello que se plantea una lista de los posibles artículos que se encuentra en una tienda veterinaria, en la gráfica siguiente se muestran los resultados obtenidos:

Pregunta 5: ¿Qué tipo de productos busca en una tienda veterinaria?

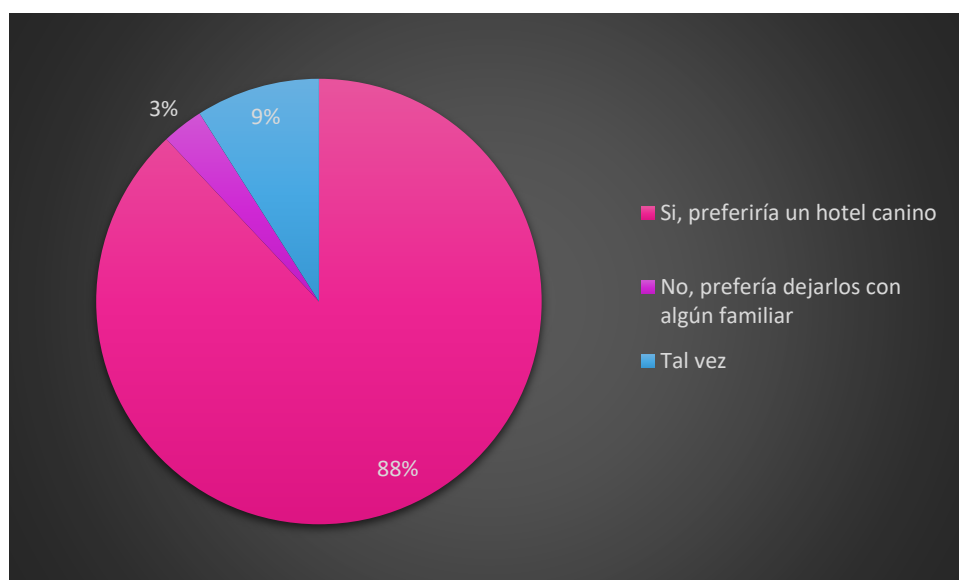


Fuente: Elaboración propia.

La gráfica anterior demuestra que las personas les gustaría encontrar en una tienda veterinaria con mayor preferencia collares y correas para canes, a su vez 98 personas buscan adquirir alimento para sus mascotas y artículos de higiene (95 personas). Por otra parte los artículos de menor preferencia son los pañales para caninos y galletas o premios para sus mascotas.

La pregunta número 6 para las personas encuestadas que cuentan con un perro como mascota, se refiere a si el cliente consideraría dejar a su perro en un hotel canino, esta pregunta fue especificada en caso de tener actividades laborales, compromisos familiares o periodos vacacionales prolongados en los cuales los dueños no pudieran cuidar de sus mascotas, los datos fueron los siguientes:

Gráfica 8: Pregunta 6: ¿Considerarías dejar a tu mascota en un hotel canino?

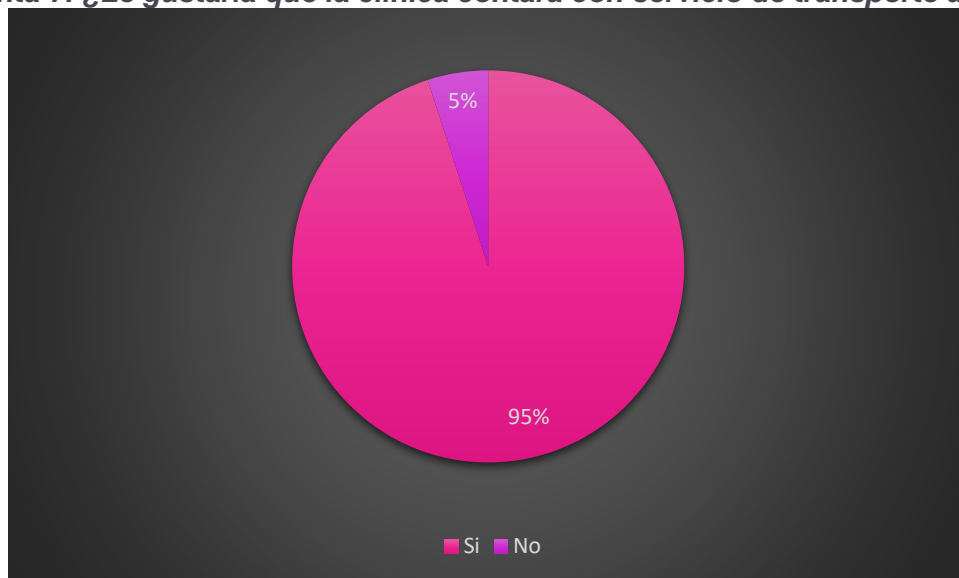


Fuente: Elaboración propia.

Del total de las personas encuestadas 88% optaría por hospedar a su mascota en un hotel canino, mientras que 9% preferiría dejarlos con algún familiar para su cuidado, sin embargo 3% de las personas consideraron el servicio pero no están seguros de adquirirlo. La seguridad de las mascotas hoy en día es primordial, es por ello que los dueños prefieren dejarlos en hotel canino que se especialice en su cuidado mientras ellos no estén en casa.

Respecto a la séptima pregunta los encuestados respondieron a la pregunta referente sobre el servicio a domicilio que la clínica ofrecería, los datos arrojados fueron los siguientes:

Pregunta 7: ¿Le gustaría que la clínica contará con servicio de transporte a domicilio?

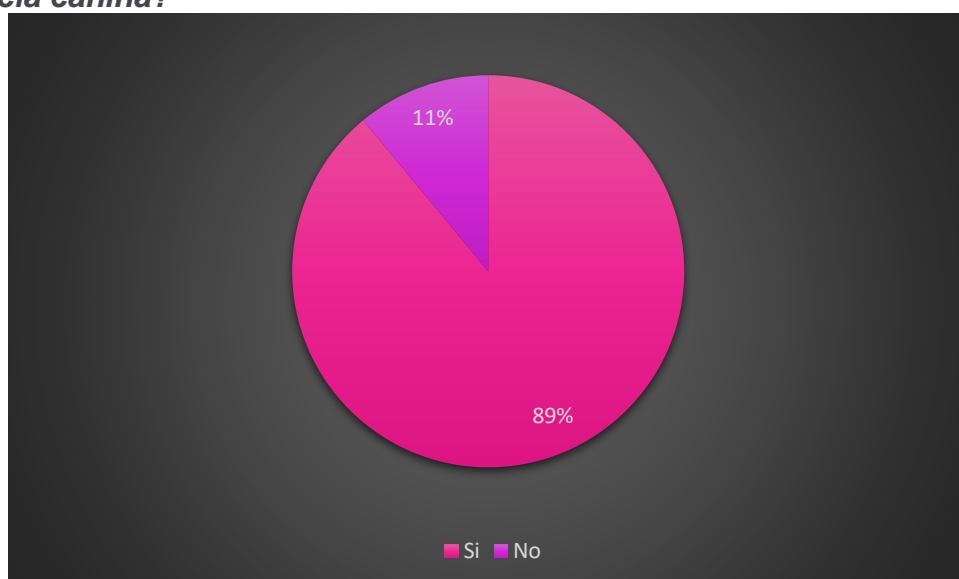


Fuente: Elaboración propia.

Se concluye que 95% de las personas encuestadas les gustaría que existiera una clínica con servicio a domicilio redondo para la recolección de los canes y entrega de artículos alimentos, únicamente 5% de las personas respondió que el servicio a domicilio no lo considera necesario.

La pregunta 8 se refiere a la cuestión que indica si a los dueños de las mascotas les gustaría que la clínica ofreciera servicios complementarios durante la estancia canina, los encuestados respondieron lo siguiente:

Pregunta 8: ¿Le gustaría que la clínica ofreciera paquetes de servicios durante la estancia canina?

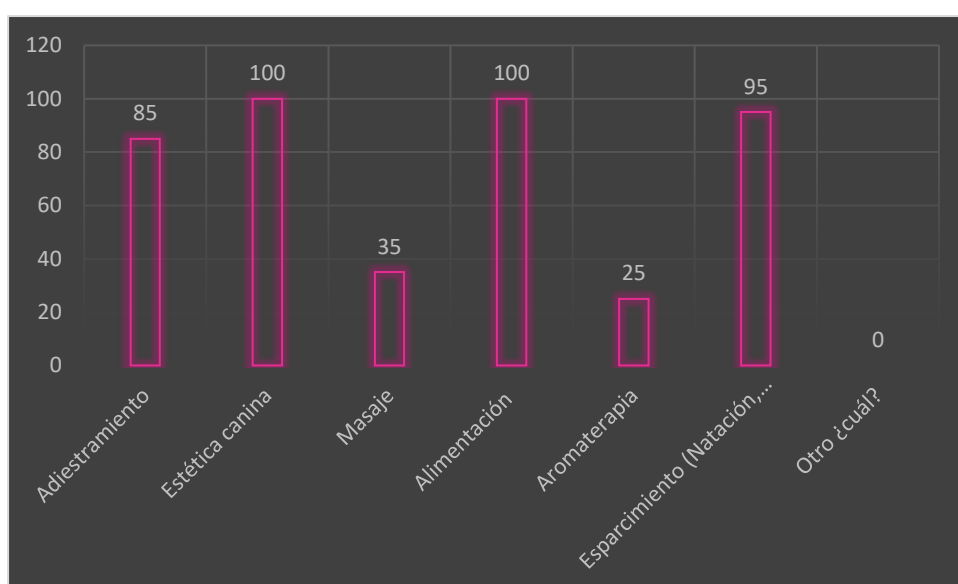


Fuente: Elaboración propia.

89% de las personas encuestadas respondió que si le gustaría que el servicio de hospedaje fuera complementado con otros servicios durante su estancia en el hotel canino, por último 11% de la población encuestada respondió que no le gustaría. Los dueños de los canes presentan una cierta tendencia hacia la adquisición de servicios de hotelería para sus mascotas y que sean complementados con servicios complementarios durante su estancia.

Respecto a la pregunta número 9, se le presentó a los encuestados una lista de los servicios adicionales que se ofrecerían durante la estancia canina, los datos son los siguientes:

Pregunta 9: Durante la estancia canina se ofrecen diversos servicios adicionales. ¿Qué tipo de servicio le gustaría adquirir?

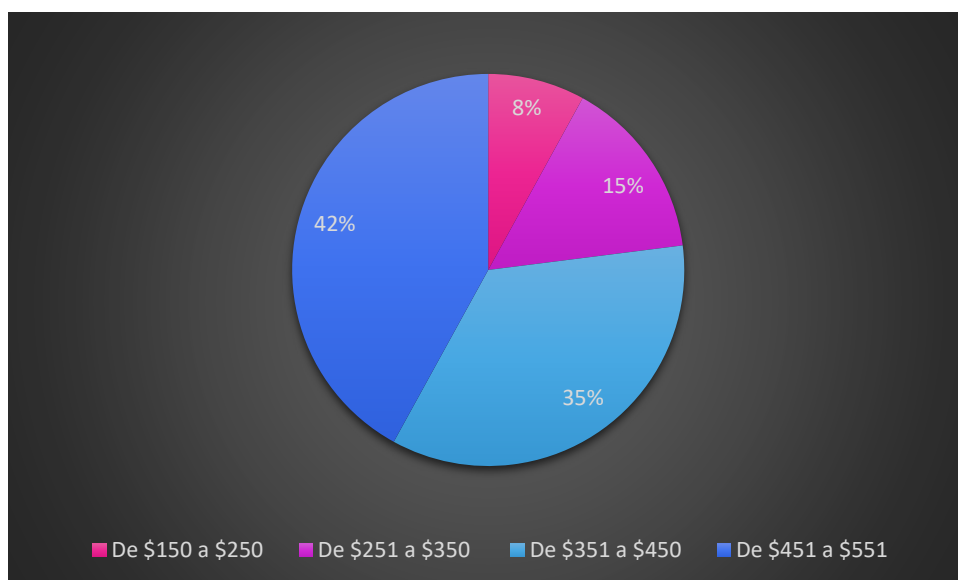


Fuente: Elaboración propia.

Los servicios seleccionados por el total de la población fueron la estética canina y alimentación, a su vez a 95 personas consideraron actividades de esparcimiento y 85 de ellas el servicio de adiestramiento. Por ultimo las actividades con menor selección fueron las de aromaterapia y masaje. La población encuestada demostró una tendencia considerable del más del 90% hacia el servicio de alimento y estética, así como actividades de adiestramiento y esparcimiento a cargo de personas especializadas

La última pregunta plantea el siguiente cuestionamiento; considerando los servicios adicionales. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de hotel canino?. Dicha pregunta fue especificada por día y los datos arrojados fueron los siguientes:

Pregunta 10: Considerando los servicios adicionales. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de hotel canino? (por día)



Fuente: Elaboración propia.

Se obtiene el 15% de las personas les gustaría adquirir el servicio por un precio que oscila entre los \$251 y \$250, por otra parte 35% de las personas gastarían entre \$351 y \$450, mientras que 42% consideraron pagar un precio mayor de \$451 a \$551 pesos. Con estos datos se puede observar que las personas están decididas a invertir más en el cuidado de sus mascotas.

De acuerdo a los datos anteriores se puede determinar que existe una tendencia hacia la adquisición de servicio de mascotas con tendencias hacia lo *premium*. A su vez la población demostró una clara preferencia hacia aquellos establecimientos que ofrecen los servicios en conjunto, donde ellos puedan acudir y encontrar todos los servicios y artículos que necesiten para su mascota. A su vez es más clara la tendencia del mercado hacia aquellos establecimientos donde se especialicen en caninos, ya que la mayoría de la población tiene una amplia preferencia hacia este tipo de mascota doméstica. Por otra parte uno de los servicios en crecimiento para el sector de mascotas, es el servicio de hotelería donde algunos dueños han tomado la decisión de buscar este tipo de servicio, ya que buscan el mejor cuidado para sus mascotas mientras ellos no están disponibles para hacerlo o se ausentan por un determinado tiempo. Respecto al nivel adquisitivo existe una alta expectativa para el pago de los servicios, ya que más del 50% de las personas encuestadas prefirieron precios oscilantes entre \$351 y \$551. Dicha información ayuda a determinar que el proyecto es viable y que las personas adquirirían los servicios que “**Pethome**” ofrecerá.

3.3 Competencia

3.3.1 Descripción de la competencia directa e indirecta

3.3.1.1 Competencia Indirecta

En los siguientes apartados se describirán a cinco de los competidores indirectos para “**Pethome**” haciendo un breve listado y descripción de sus servicios:

🐾 **Training Dog Toluca**

Es una escuela fundada en el año 2000, integrada por gente apasionada y calificada enfocada en el entrenamiento de perros. Ubicada en Toluca de Lerdo

🔗 **Página Web:** <https://trainingdogtolucamx.wixsite.com/tdteam/galeria>

🔗 **Servicios.**

- Curso de obediencia básica y avanzada.
- Entrenamiento de perros de guardia y protección.
- Entrenamiento de “agility” (deporte canino que consiste en pasar una serie de obstáculos).
- Guardería.
- Cursos de entrenamiento para personas que buscan entrenar mascotas.
- Pensión.
- Venta de perros verdes que son empleados para la detección de olores o sustancias.

La empresa Trainning Dog se cataloga como competencia indirecta para “**Pethome**”, ya que se especializa principalmente en el entrenamiento canino. Como sus servicios lo indican la prestación de pensión tiene que ser reservada con 24hrs de anticipación, sin embargo, las instalaciones están compuestas de jaulas con reja metálica y láminas al aire libre con poco espacio, no brinda un servicio veterinario ni valoraciones de salud previas al ingreso de la mascota, además de que no existe servicio de transporte, ni estética canina para el cuidado y traslado del can.

🐾 **Hospital para Mascotas de Toluca**

Es un hospital orientado en el cuidado de cualquier mascota que acude por un servicio de emergencia o una consulta en general, ubicado el municipio de Toluca de Lerdo, cuenta con una estructura de cinco veterinarios y un hospital central.

🐾 **Página Web:** <http://www.urgenciasveterinariastoluca.com/about.html>

🐾 **Servicios**

- Urgencias las 24 hrs del día, servicios preventivos como consulta, vacunas y desparasitación.
- Diagnóstico de rayos X, ultrasonografía, ecocardiografía,
- Cirugías, diagnósticos clínicos y área de terapia intensiva con monitoreo las 24hrs del día.
- Tienda y estética canina.

El Hospital Veterinario para Mascotas de Toluca es clasificado como competencia indirecta para “**Pethome**” ya que su ramo está enfocado en el área hospitalaria y de cuidados avanzados de la salud de las mascotas, su servicio está dedicado para especies pequeñas y no incluye un área de pensión, únicamente de hospitalización con jaulas de concreto y escaso espacio, no cuenta con prestaciones de entrenamiento, servicio a domicilio y con instalaciones y áreas verdes amplias.

🐾 **ETAC**

Fundada hace más de 35 años, es una escuela dedicada al entrenamiento del can. Tienen distintas asesorías: pre-adquisición, para elegir a tu cachorro; de crianza, para educación en casa; y problemas de conducta. Cuenta con tres campus, en Tlalpan, Cuernavaca y Jajalpa, el último campus es el más cercano al área de Toluca y esta catalogada como una de las mejores empresas de entrenamiento canino.

🐾 **Página Web:** <http://www.etac.com.mx/>

🐾 **Servicios**

- Obediencia básica y avanzada en tres niveles.
- Servicio de guardería.
- Hotel canino con instalaciones techadas.
- Hotel boutique en el campus Tlalpan dedicado a canes geriátricos y de pequeñas especies.
- Transporte escolar canino (en el área de la CDMX).

El servicio de transporte de ETAC no abarca municipios del Estado de México, a pesar de sus servicios no cuenta con cuidados veterinarios, ni enseñanza agility o entrenamiento para

perros de cuidado emocional, no cuenta con una tienda que se enfoque al cuidado de los canes en su sucursal de Jajalpa.

🐾 OSVI

Es una organización veterinaria que ofrece una gama de servicios profesionales relacionada con la nutrición, salud estética y pensión para mascotas

🐾 **Página Web:** <https://osvi.com.mx/>

🐾 Servicios

- Desparasitación, vacunación, consulta, cirugías.
- Asesoría nutricional.
- Servicio de estética y Spa.
- Boutique especializada en ropa y accesorios para mascotas.
- Pensión canina.

Dentro de los servicios que ofrece OSVI, la pensión canina es uno de ellos, por el contrario, las instalaciones en las que los canes se hospedan son jaulas reducidas, al igual el espacio de esparcimiento es concreto y con poca área verde con juegos infantiles no apto para canes, el espacio no es adecuado para razas grandes y la capacidad que tienen para hospedar a perros es limitada.

🐾 Grupo Médico Veterinario Toluca

Empresa especializada en pequeñas especies, cuenta con ocho sucursales alrededor del municipio de Toluca.

🐾 **Página Web:** <http://veterinarios.com.mx/>

🐾 Servicios

- Baño y estética.
- Cirugía general y ortopédica.
- Consulta general.
- Endoscopia y ozonoterapia.
- Entrenamiento canino de obediencia básica.
- Laboratorio clínico.

- Medicina Interna.
- Pensión.
- Planes de salud.
- Servicio a domicilio.

El GMVT es una empresa cuenta con servicios primordialmente veterinarios y de cuidado médico, ofrece servicios de pensión, estética y entrenamiento canino, dichos servicios carecen de instalaciones adecuadas ya que los dueños no pueden supervisar el cuidado estético del can, las instalaciones para el servicio de pensión son reducidas, el entrenamiento canino está obligado a que el can se hospede por el curso sin tener una retroalimentación sobre lo aprendido, a su vez es un servicio generalizado y no especializado en canes.

3.3.1.2 Competencia Directa

🐾 El Can Contento

El Can Contento es un hotel para perros con amplias instalaciones ubicados en Lerma, cuenta con 1 hectárea de áreas verdes.

🔗 **Página Web:** <https://elcancontento.com/aldea/>

🔗 Servicios

- Aldea canina con amplio espacio y servicio a domicilio.
- Servicio de transporte a domicilio.
- Estética canina.
- Venta de alimento.
- Evaluación veterinaria.

Para “**Pethome**” la empresa El Can Contento es el principal competidor dentro del sector de mascotas, ya que está situado en el mismo municipio y cuenta con instalaciones de vanguardia, a su vez sus servicios se complementan con la estética canina y actividades de recreación. Sin embargo, a pesar de tener el mismo enfoque, la empresa se direcciona mayormente a clientes de la Ciudad de México, dejando las áreas de tienda, veterinaria y servicio a domicilio en la alcaldía Álvaro Obregón.

🐾 **Petco**

Es una empresa para mascotas dedicada a la venta de productos, entrenamiento, grooming y venta de mascotas.

🐾 **Página Web:** <https://www.petco.com.mx/petco/en/>

🐾 **Servicios:**

- Venta de ropa, accesorios, alimentos y artículos de entretenimiento para mascotas
- Estética y spa para perros o gatos.
- Ferias de adopción con ayuda de programas de gobierno.
- Servicio básico de adiestramiento canino.
- Servicios médicos veterinarios básicos, preventivos, y especializados.
- Tienda en línea.

Los servicios que brinda son amplios y los productos a la venta son para diversos animales de compañía, su ubicación en centros comerciales o plazas concurridas ha logrado que la empresa se dé a conocer.

🐾 **La Boutique Des Chiens**

Es un spa, clínica veterinaria y hotel ubicado en Toluca de Lerdo, cuenta con una expansión en Zinacantepec especializada en hotel y pensión canina.

🐾 **Página Web:** <https://es-la.facebook.com/LaBoutiqueDesChiens/>

🐾 **Servicios:**

- Clínica veterinaria de perros y gatos
- Estética
- Pensión y Hotel
- Spa
- Boutique

La Boutique de Chiens es una clínica veterinaria especializada para el cuidado de gatos y perros, ofrece sus servicios en el centro de Toluca, donde cuentan con instalaciones para perros y gatos, con comodidades y espacios tipo habitación para los canes, televisión, climatización y servicios de cámaras para el cuidado de sus huéspedes, mientras que el espacio para esparcimiento es reducido. A pesar de no contar con todos los servicios que

ofrece “**Pethome**”, es un competidor directo para la empresa ya que el prestigio, las instalaciones para su estadía y su ubicación han captado la atención de algunos consumidores del área.

🐾 **Pet Style**

Es una spa y estética canina ubicada en Metepec dedicada a ofrecer productos innovadores para el cuidado de las mascotas, dentro de las instalaciones, brindando productos de calidad en moda.

🔗 **Página Web:** <http://www.petstyle.com.mx/estetica-canina/>

🔗 **Servicios**

- Estética canina.
- Hotel canino.
- Medicina preventiva y quirófano.

Pet Style es una empresa dedicada al cuidado de caninos, ofrece el servicio de recolección a domicilio para los tratamientos de estética. Por otra parte las instalaciones de hotel cuentan con espacio techado para dormir, y con área verde acondicionada con una alberca pequeña y algunos implementos de agility para la distracción de los huéspedes, sin embargo, el acceso a dicho servicio es limitado por la edad del can y su comportamiento. Aún y cuando los servicios que presta Pet Style son en menor cantidad a los que ofrece “**Pethome**”, es un competidor directo por el posicionamiento que tiene cerca del área, ya que mediante su servicio de recolección se ha dado a conocer en el sector mediante su camioneta móvil.

🐾 **Perruchoz**

Es un servicio especializado en perros, ayuda a preservar y mejorar la interacción con los canes. Ubicado en Metepec, y a través de la página web publican guías para conocer mejor las razas de los canes y sus cuidados.

🔗 **Página Web:** <https://www.perruchoz.com.mx/>

🔗 **Servicios**

- Servicio de estética canina.
- Venta de alimentos y productos premium.

- Consulta veterinaria especializada.
- Foto mascota.
- Adiestramiento canino de obediencia básica.
- Guardería y pensión canina.

Perruchoz es una empresa al cuidado canino y enfocado en analizar cada una de las razas que se presenten en sus instalaciones, prestan un servicio de estética completo, a su vez ofrecen el servicio de pensión y guardería, por otra parte, dicho servicio es limitado a la interacción de los canes y el dueño está obligado a llevar cama, juguetes, bulto de croquetas y demás accesorios que el can necesite durante su estancia. El servicio de transporte no es constante y está sujeto a la disponibilidad de tiempo de la tienda y a una limitada cercanía a las instalaciones.

Dicha empresa es un competidor directo para **“Pethome”** ya que es especializada en canes y busca el mejor servicio para cada dueño y raza de perro que acuda por los servicios, el portafolio que ofrecen es similar, la diferencia en las instalaciones y los requerimientos para acceder a sus servicios tienen requisitos que hacen poco disminuyen las facilidades de adquisición para los amos de las mascotas.

3.3.2 Determinación de las fortalezas y debilidades (internas) y de las oportunidades y amenazas (externas) (análisis FODA).

El análisis de fortalezas y debilidades, es un crítico de los factores positivos y negativos con los que la empresa cuenta. La matriz FODA es el nexo que permite continuar con los análisis de los ambientes interno y externo de la empresa hacia la formulación y selección de estrategias a seguir en el mercado (MH Themes, 2018).

El objetivo primario del análisis consiste en obtener conclusiones sobre la forma en que la organización será capaz de afrontar los cambios y las dificultades presentadas en las oportunidades y amenazas a partir de sus fortalezas y debilidades internas. Mediante este estudio **“Pethome”** buscará la distinción de los elementos que conforman las variables de la matriz FODA, una vez establecidos dichos puntos se conocerán las necesidades y plantearan las estrategias pertinentes para la mejora de la empresa.

Análisis interno

Fortalezas	Debilidades
Es una empresa especializada y comprometida en el cuidado de canes.	Al ser únicamente de caninos se descuidan a aquellos clientes que tengan diferentes tipos de mascotas.
Se cuenta con equipamiento innovador de alta tecnología para la prestación de servicios.	Los equipos tecnológicos recientes pueden tener costos de reparación altos, pudiendo limitar la prestación del servicio.
“Pethome” brinda un servicio de recolección de caninos a domicilio.	Las ubicaciones de los clientes pueden llegar a no ser claras, retrasando el itinerario de entrega y recolección de canes.
El cliente tiene la oportunidad de evitar los traslados hacia el centro, a través del servicio a domicilio.	En primeras ocasiones los dueños tendrán que trasladarse a “Pethome” para conocer la ubicación y las instalaciones. Dificultando el traslado para aquellos que no tengan transporte propio,
Contratación de personal especializado en estética, cuidado y entrenamiento canino.	El personal especializado es escaso, dificultando su contratación.
Los proveedores están ubicados alrededor de la república, para abastecer la tienda y la materia prima.	En ocasiones por la lejanía de abastecimiento, el proveedor puede presentar retrasos con la fecha de entrega.
Ofrece promociones y descuentos a clientes fieles.	La difusión de las promociones puede no tener el alcance esperado.

Fuente: Elaboración propia

Análisis externo

Oportunidades	Amenazas
Cuenta con servicio de pensión u hotel canino, con infraestructura que ofrece comodidad al can como si fuera su hogar.	Cada vez existen más casas y negocios que ofrecen el servicio de pensión que se dedican al cuidado de diferentes mascotas
La mayoría de las personas dentro de la zona en la cual se “Petohme” se va incursionar tienen caninos como mascotas.	Algunos segmentos del mercado no acostumbran a adquirir servicios para sus caninos.
El mercado de insumos para mascotas tiene mayor alcance, a precios accesibles.	El aumento de la demanda de productos para mascotas ocasionará el incremento de precios.
El servicio se ofrecerá a aquellas personas con diversas actividades que impiden el cuidado de sus canes y con dificultades de traslado.	Existe una falta de cultura sobre los servicios a domicilio para el cuidado de los perros.
Existe un amplio crecimiento en el desarrollo de técnicas y cursos de entrenamiento y de trato para las mascotas.	Los cursos son impartidos en lugares apartados que impiden al personal tomarlos para su preparación.
La utilización de productos biodegradables para la prestación de servicios.	Por la falta de conocimiento y alcance de los productos eco amigables, los costos pueden aumentar siendo poco viables para los clientes.
Creación de programas de adopción y rescate de perros abandonados.	Sobrepoblación de perros en condiciones de abandono y en condiciones poco saludables.
Emplear recursos tecnológicos para el desarrollo de rutas alternas para la recolección de los canes	El tráfico constante en carreteras puede retrasar el servicio a domicilio.

Fuente: Elaboración propia

El análisis demostró que la empresa “**Pethome**” presenta una baja competencia en los servicios que ofrece y la calidad de los mismos, por otra parte pretende llegar a los cliente que estén dispuestos a pagar el monto necesario y con la cultura de conocimiento sobre el cuidado y responsabilidades que se deben de tener con los “perrhijos”, además de ser personas que han adoptado el nuevo entorno familiar tomando la decisión de tener a perros como hijos.

Por otra parte se verificó que será una empresa altamente competitiva, ya que los servicios son innovadores dentro del mercado y en comparativa la calidad del servicio y productos son superiores, debido a que las debilidades y amenazas que tiene frente a sus competidores no afectan al crecimiento de la empresa, la clínica puede darse a conocer a aquellos clientes que buscan expectativas altas para el cuidado de sus canes, ofreciendo instalaciones y materiales óptimos para el desarrollo de la empresa, es por ello que para iniciar operaciones se aplicarán estrategias explotando las ventajas y fortalezas, las cuales no presentarán un problema a largo plazo; logrando el crecimiento de “**Pethome**”.

3.4 Precios

3.4.1 Integración y análisis de costos del servicio

A continuación en la siguiente tabla se presentan los costos unitarios de los servicios que se prestan en “**Pethome**”²

Tabla 21 Costos Unitarios “Pethome”

Servicios		Costo Unitario
Estética Canina	Raza Pequeña	\$ 154.48
	Raza Mediana	\$137.83
	Raza Grande	\$167.44
Atención Médica Veterinaria		\$229.50
Adiestramiento Canino	Agility (mes)	\$445.30
	Adiestramiento con hospedaje y alimento (4 sem)	\$2360.50
	Adiestramiento con hospedaje (4 sem)	\$2,080.50
	Adiestramiento por clase	\$104
Gestión para la certificación de viajes	Nacionales	\$10
	Internacionales	\$2,476.22
Hotel y estancia canina	Raza pequeña sin alimento	\$220.45
	Raza pequeña con alimento	\$264.20

² Consulta Anexo 2, para el desglose de los costos.

	Raza grande sin alimento	\$224.63
	Raza grande con alimento	\$294.63
Transporte		\$165.00
Ferias de adopción		\$320.00

Fuente: Elaboración Propia

3.4.2 Precios de venta de los servicios

Tabla 3 Precios de venta "Pethome"

Servicios		Precio
Estética Canina	Raza Pequeña	\$ 300.00
	Raza Mediana	\$350.00
	Raza Grande	\$450.00
Atención Médica Veterinaria		\$500.00
Adiestramiento Canino	Agility (mes)	\$1000.00
	Adiestramiento con hospedaje y alimento (4 sem)	\$11,000.00
	Adiestramiento con hospedaje (4 sem)	\$9,800.00
	Adiestramiento por clase	\$500.00
Gestión para la certificación de viajes	Nacionales	\$320.00
	Internacionales	\$3500.00
Hotel y estancia canina	Raza pequeña sin alimento	\$460.00
	Raza pequeña con alimento	\$520.00
	Raza grande sin alimento	\$500.00
	Raza grande con alimento	\$590.00
Transporte		\$320.00
Ferias de adopción		\$850.00

Fuente: Elaboración Propia

3.4.3 Márgenes de utilidad del servicio

Tabla 4 Márgenes de utilidad

Servicios		Costo Unitario	Precio Público	Margen de Utilidad	% de Utilidad
Estética Canina	Raza Pequeña	\$ 154.48	\$ 300.00	\$ 145.52	106%
	Raza Mediana	\$ 137.83	\$ 350.00	\$ 212.17	65%
	Raza Grande	\$ 167.44	\$ 450.00	\$ 282.56	59%
Atención Médica Veterinaria		\$ 229.50	\$ 500.00	\$ 270.50	85%
Adiestramiento Canino	Agility (mes)	\$ 445.30	\$ 1,000.00	\$ 554.70	80%

	Adiestramiento con hospedaje y alimento (4 sem)	\$2,360.50	\$ 11,000.00	\$ 8,639.50	27%
	Adiestramiento con hospedaje (4 sem)	\$2,080.50	\$ 9,800.00	\$ 7,719.50	27%
	Adiestramiento por clase	\$ 104.00	\$ 500.00	\$ 396.00	26%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5 Márgenes de Utilidad

Servicios		Costo Unitario	Precio Público	Margen de Utilidad	% de Utilidad
Gestión para la certificación de viajes	Nacionales	\$ 10.00	\$ 320.00	\$ 310.00	3%
	Internacionales	\$2,476.22	\$ 3,500.00	\$ 1,023.78	242%
Hotel y estancia canina	Raza pequeña sin alimento	\$ 220.45	\$ 460.00	\$ 239.55	92%
	Raza pequeña con alimento	\$ 264.20	\$ 520.00	\$ 255.80	103%
	Raza grande sin alimento	\$ 224.63	\$ 500.00	\$ 275.37	82%
	Raza grande con alimento	\$ 294.63	\$ 590.00	\$ 295.37	100%
Transporte		\$ 165.00	\$ 320.00	\$ 155.00	106%
Ferias de adopción		\$ 320.00	\$ 850.00	\$ 530.00	60%

Fuente: Elaboración Propia

3.4.4 Comparativo de precios con la competencia directa e indirecta por cada tipo de servicio.

Se puede observar en las siguientes tablas, los precios comparativos de cada uno de los servicios, que las empresas dedicadas al servicio de mascotas ofrece al mercado. La primera tabla se refiere a los competidores indirectos de las empresas, ya que a pesar de no representar una amenaza directa es importante destacar la diferenciación de precios, pudiendo determinar a su vez el tipo de mercado referente a través de los mismos.

Por otra parte en la segunda tabla se puede observar que ninguna empresa ofrece todos los servicios que “Pethome” ofrece dentro del mercado, de la misma forma se realiza una tabla comparativa de precios donde se hace un análisis de precios existentes dentro del mercado, dejando ver de esta manera que se puede posicionar de manera óptima dentro del mercado de mascotas por los precios hacia el mercado, y por la variedad de servicios que ayudan a facilitar el cuidado a los dueños para sus canes.

Tabla 6 Comparativo de precios: Competencia Indirecta

Competencia	Estética Canina	Atención médica veterinaria	Adiestramiento	Gestión para la certificación de viajes	Hotel y estancia canina	Transporte	Ferias de adopción
Trainning Dog	X	X	\$11,500 x 4 sem	X	\$280 x día s/n alimentos	X	X
Hospital para Mascotas de Toluca	\$350	\$500	X	X	X	X	X
ETAC	X	X	\$13,680 x 4 sem	X	\$390 x día s/n alimentos	\$200 Solo CDMx	X
OSVI	\$480	\$650	X	X	\$380 x día s/n alimentos	X	X
Grupo Médico Veterinario Toluca	\$450	\$550	\$11,800 x 4 sem	X	400 x día s/n alimentos	Sin costo para consulta	X
Pethome	\$460	\$600	13,800 x 4 sem	\$350	\$460 a \$520 s/n alimento \$500 a \$590 c/n alimento	\$320	\$850

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7 Comparativo de precios: Competencia Directa

Competencia	Estética Canina	Atención médica veterinaria	Adiestramiento	Gestión para la certificación de viajes	Hotel y estancia canina	Transporte	Ferias de adopción
El can contento	\$500 solo CDMx	\$680 solo CDMx	X	X	\$440 a \$560 x día s/n alimento	\$350	X
Petco	\$480	\$650	\$12,600 x 4 sem	X	X	X	\$800
La Boutique de Chiens	\$420	\$650	X	X	\$470 x día s/n alimento	X	X
Pet Style	\$400	\$580	X	X	\$450 x día s/n alimento	\$200	X
Perruchoz	\$480	\$550	\$13,800 x 4 sem	X	\$480 x día s/n alimento	\$220 solo para servicio de estética	X
Pethome	\$460	\$600	12,900 x 4 sem \$150 sesion de fin de semana	\$350	\$460 a \$520 s/n alimento \$500 a \$590 c/n alimento	\$320	\$850

Fuente: Elaboración propia

3.5 Ventas

3.5.1 Área geográfica de alcance

Debido a las necesidades de la empresa de un lugar amplio y con áreas verdes, se encuentra ubicado en el municipio de Lerma, Estado de México con un espacio de 1000 m². Se ha decidido dicha localización debido a que la zona permite crear una infraestructura amplia y adecuada para el cuidado de los caninos y para que la empresa “**Pethome**” pueda llevar a cabo sus actividades.

Además los puntos de acceso para la zona de Toluca y Metepec, permiten que cualquier cliente que decida acudir a las instalaciones, la infraestructura carretera con la que se cuenta alrededor de los municipios es la óptima para llegar a la empresa, el servicio de transporte tiene varias rutas para acudir ambos municipios.

Dicha área está rodeada de áreas naturales, que ayudan a los canes a despejarse del aire citadino, reduciendo así situaciones de estrés para la realización de las actividades, logrando la comodidad de los perros dentro de las instalaciones.

3.5.2 Puntos de venta y distribución

Dentro de las instalaciones de “**Pethome**”, se contará con una amplia tienda para la comercialización de los diversos productos que se ofrecen para el cuidado de las mascotas, además de accesorios para que siempre luzcan a la moda, alimentos, recompensas, entre otros artículos. La tienda ofrecerá a los clientes que acuden a las instalaciones el servicio directo para la adquisición de cualquier artículo. Por otra parte la publicidad fuera de las instalaciones, logrará transmitir la idea de los servicios que se brindan.

Por otra parte las páginas de Facebook e Instagram inicialmente, generarán un mayor alcance en la rotación de información y conocimiento de los servicios que se ofrecen, es un medio directo de dar a conocer la experiencia que “**Pethome**” dará a los canes que arriben a las instalaciones, mediante la página de Facebook se transmitirán imágenes o fotos con los clientes que acuden, explicando el servicio y los beneficios que se obtiene, videos en los cuales se demuestre la calidad con la que el persona realiza las actividades para complacer a los perros que acuden a los servicios, e incitar a quien los vea a que acudan y vivan la experiencia que “**Pethome**” ofrece.

A su vez en la red social e Instagram se buscará crear un álbum de los mejores momentos que se viven al adquirir los servicios, ya que los dueños también disfrutarán y compartirán

los beneficios de llevar a los canes a los entrenamientos, cuidados o compra en la tienda. Mediante las redes sociales se compartirán las promociones y paquetes de los servicios, así como la promoción de los mismos para la adquisición de los certificados y las ferias de adopción.

Mediante el servicio de transporte con la publicidad colocada alrededor de la carrocería, permitirá dar a conocer a la empresa a los posibles clientes potenciales, ya que las rutas con las que se cuenta, impulsará la promoción de la empresa, generando la información necesaria de los medios para el contacto con la misma.

A su vez en los meses iniciales se realizará la distribución de los flyers que de manera física le dará a los posibles clientes el medio para conocer las formas de promoción web o bien la ubicación de las instalaciones.

Por último mediante la realización de eventos, como las ferias de adopción, ayudará a conocer el alcance y los objetivos que “**Pethome**” pretende alcanzar como empresa, reafirmando el compromiso hacia el cuidado de los animales.

3.5.3 Canales de comercialización

La estructura del canal en el que “**Pethome**” se integra es realizada por participantes interdependientes entre sí, ya que forma un canal para que los productos pasen de los sectores productivos a los de consumo y sean adquiridos por el cliente final. En cuanto a la forma de distribución de los artículos de tienda se considera que la empresa tiene un contacto indirecto en el proceso de distribución, ya que “**Pethome**” funge como intermediario entre el proveedor y el consumidor final, al ser el único entre el proceso de comercialización, es un canal corto dentro de este ciclo. Por el contrario dentro del área de tienda y el canal antes mencionado, se exceptúa al sector de alimentos, ya que si bien pertenecen a un canal de distribución indirecto, este pertenece al canal largo ya que su proceso de producción involucra a un fabricante y a un mayorista para su distribución, el proceso es más complejo para llegar al cliente final.

Por último para los servicios se considera un canal directo ya que no existe ningún intermediario para el área de agility, entrenamiento, clínica veterinaria, estética y adopción buscando la facilitación para adquirir el servicio de los clientes potenciales que busca alcanzar “**Pethome**”.

3.6 Publicidad y Promoción

3.6.1 Imagen (nombre comercial, logotipo y slogan)

3.6.1.1 Nombre Comercial y Logotipo



“**Pethome**” nace del acrónimo “**pet**” que proviene del idioma inglés y cuyo significado es “mascota” y “**home**” palabra del idioma inglés que significa “hogar o casa”. La unión de ambas palabras intenta proyectar hacia los clientes la importancia de que la mascota sea tratada como si estuviera en su mismo hogar, con las mismas comodidades, entorno y cuidados especiales que la mascota sugiere.

El logotipo consta de 3 partes en la primer parte se menciona el nombre de la empresa “**Pethome**” con dos colores distintos azul y otro rosa, la palabra se divide en ambos colores “pet” y “home” para particularizar cada palabra con su significado.

La siguiente parte consta de la imagen de un perro levantando el hocico hacia el horizonte demostrando grandeza, mismo que se encuentra encerrado en un círculo de color gris con una sombra azul claro que demuestra perfección, limpieza y protección.

La última parte es dedicada al slogan de la empresa “en buenas manos” en letra color negro y con mayúsculas, reafirmando el compromiso como empresa hacia el cuidado de los canes que decidan adquirir el servicio y con una línea recta de color negro arriba acentuando la garantía y la calidad de las prestaciones.

3.6.1.2 Colores

Los colores que representan a la empresa son el rosa y el azul principalmente acompañados del color gris y negro como complementarios.

- 🐾 **Azul:** Este color da seguridad y limpieza factores importantes en el rubro de la empresa. Asociado también hacia la lealtad, confianza y estabilidad
- 🐾 **Rosa:** Este color demuestra delicadeza y cuidado, así como maternidad. Transmitiendo un mensaje de afecto, amor y pasividad.
- 🐾 **Negro:** Representa valentía y elegancia, además de sobriedad. Proyectando una imagen de seriedad y exclusividad con un amplio status y calidad en el servicio.
- 🐾 **Gris:** Color neutro que transmite fiabilidad y seguridad, asociado con humildad, respeto y practicidad.

La combinación de azul y rosa dentro del logo representa la frialdad y seguridad brindada por el color azul el cual se complementa con la delicadeza y afecto del color rosa, lo que demuestra que el trabajo se realiza con cuidado y seguridad y con el gran amor hacia las mascotas.

3.6.2 Planteamiento de Estrategias

3.6.2.1 Estrategias de establecimiento

“**Pethome**” realiza actividades de cuidado, aseo, entrenamiento y servicios veterinarios generales. En este punto se prevé que se necesita hacer antes de la apertura del negocio, analizando todas y cada una de las cosas mínimas para iniciar operaciones.

Siendo un servicio innovador, debido a que se observa que algunas veterinarias convencionales también ofrecen el servicio de estancia para mascotas, el espacio con el que cuentan es reducido y en especial utilizan jaulas para mantener a los animales. En “**Pethome**” se cambia este aspecto, tratando a los canes como si fueran “nuestras” mascotas sin llegar a humanizarlo en su totalidad.

Es cierto que antes de implementar cualquier tipo de negocio, y realizar cualquier actividad comercial es necesario elaborar una serie de planes y metas a alcanzar para tener en claro prioridades y trabajar en ello.

El personal debe capacitarse y estar en constante actualización. Debido a que es una estancia para perros y como ya se mostró con anterioridad, se contara con un espacio amplio e instalaciones adecuadas, se optará por un terreno, el cual estará completamente baldío para poder construir de acuerdo a las necesidades de la empresa, ubicado cerca de la naturaleza para que los canes se desconecten durante su estancia de la vida en la ciudad y logren acceder a un espacio donde el aire fresco y el campo ayuden a desenvolver a los canes en un área de esparcimiento, educación y diversión.

Teniendo en cuenta que las sociedades de hoy en día, además de las leyes, buscan implementar que una empresa sea socialmente responsable, cuidando y sobre todo preservando el medio ambiente; “**Pethome**” utilizará solo productos que puedan ser reciclados, y amigables con el medio ambiente, las instalaciones estarán diseñadas con elementos que permitan aprovechar energías naturales para la prestación de servicio, instalando calentadores que con el calor del sol ayudará a proveer un baño caliente a los canes dentro de las instalaciones evitando en lo mínimo el uso de gas LP dentro de las

instalaciones. Además de realizar campañas para apoyar a la sociedad con la concientización y el cuidado de sus mascotas.

Siendo de vital importancia lo anterior, pero no dejando de lado el aspecto de negocio y las utilidades, es necesario contar con una serie de estrategias a seguir en el corto plazo para que la inversión realizada sea recuperada en un corto plazo.

3.6.2.2 Plan de lanzamiento

Al momento de realizar cualquier lanzamiento o introducción al mercado de un producto o servicio nuevo, se tiene que tener en cuenta que las ventas pueden no ser óptimas, considerando que los primeros meses en cualquier empresa de inicio son críticos, debido a que el crecimiento es lento.

Es recomendable tener una adecuada estrategia para dar a conocer el servicio más rápido, esto va muy de la mano con el plan de mercadotecnia. Se utilizarán principalmente 3 medios de publicidad y promoción los cuales son:

Medios impresos: Se utilizarán volantes de la empresa con un diseño amigable su tamaño será de media carta y serán impresos a tintas 4X1, esto es frente a selección de color y vuelta a escala de grises.

Costo: \$280.- por millar

Diseño del volante a utilizar:



Redes sociales: La mejor manera hoy en día es hacer publicidad a través de las redes sociales, ya que son campañas de costo reducido pero de alto impacto, regional, estatal, nacional e internacional empleando redes sociales como Facebook e Instagram, que son las dos redes sociales más representativas a nivel mundial, a su vez permite subir fotos de las instalaciones, servicios y huéspedes, para que puedan visualizar la experiencia a los canes que aún no han visitado “**Pethome**”.

Costo de la campaña: \$1,699 en paquete con alta difusión

Camioneta de la empresa: Una vez adquirida la camioneta para el servicio a domicilio, se invertirá en la rotulación de la misma, con la información y publicidad relevante para que los posibles clientes conozcan los servicios relevantes que se ofrecen en las instalaciones, de igual manera los teléfonos de contacto y redes sociales.

Dicho medio será una manera eficiente de dar a conocer a “**Pethome**” ya que mediante el servicio domicilio que ofrece, abarcará una amplia zona de Toluca, Lerma y Metepec, ayudando a que dueños de los canes conozca la empresa. En la tabla 8 se presenta el costo y la frecuencia con la que se a adquirir las campañas publicitarias.

Tabla 8 Medios de publicidad

Medio publicitario	Costo	Frecuencia
Medios Impresos	\$280.00(millar)	Cada 4 meses
Facebook y Twitter	\$1,699.00 (mes)	Cada 3 meses
Camioneta Rotulada	\$8,000.00 (mes)	Cada año

Fuente: Elaboración propia

3.7 Plan de Operación del Negocio

3.7.1 Proceso de Abasto

A continuación se presentan los proveedores potenciales y alternativos que configurarán el proceso de abastecimiento de la empresa, los cuales proveerán de los insumos necesarios para el área de tienda y el área veterinaria, así como de estética.

3.7.1.1 Materias primas y proveedores

🐾 Alimentos

Tabla 9 Proveedores de alimentos "Pethome"

Proveedor	Descripción	Dirección
Mars México	Líder en negocio para mascotas, con marcas de prestigio como Pedigree , Royal Canin y Eukanuba	15700, Calle 28 90B, Federal, Ciudad de México, CDMX
Bayer	Empresa dedicada a la producción de farmacéuticos y alimentos con una directriz enfocada al ramo de mascotas.	Vía Morelos 330 E, Santa Clara Coatitla, 55540 Ecatepec de Morelos, Méx.
Blue Buffalo	Empresa dedicada a la producción de alimentos en seco para mascotas, enfocados a la utilización de proteínas naturales sin conservadores.	Av. Paseo de las Palmas 405, Lomas de Chapultepec, Ciudad de México, C.P. 11000,
Nupec	Líder en producción de alimentos para mascotas dedicados principalmente en el sector premium.	Avenida de las Fuentes #14 Fracc. Industrial Vernardo Quintana El Marqués, Querétaro CP 76240

Fuente: Elaboración propia

🐾 Vacunas y medicamentos

Tabla 10 Proveedores de vacunas y medicamentos

Proveedor	Descripción	Dirección
Tornel	Laboratorios mexicanos dedicados a la producción de	San Andrés Atoto, Naucalpan de Juárez. Av. 1 de Mayo No. 120, Edificio Forum Naucalpan

	farmacéuticos para el cuidado animal.	Piso 3. Ciudad de México. C.P. 53500
Zoetis	Empresa de Pfizer dedicada el cuidado, nutrición y suministro de medicamentos para el cuidado de animales de compañía y bovinos.	Paseo de Los Tamarindos 60, Bosques de las Lomas, 05120 Ciudad de México, CDMX
Parfarm	Laboratorio farmacéutico veterinario, elaborando productos para perros, gatos y ganado.	Aragón 25, Álamos, 03400 Benito Juárez, CDMX

Fuente: Elaboración propia

🐾 Tienda y estética

Tabla 11 Proveedores de tienda y estética

Proveedor	Descripción	Dirección
Fynsa S.A de C.V	Empresa dedicada a la distribución de productos para animales de compañía y servicios estéticos	Ejido 94, San Felipe de Jesús, 07510 Ciudad de México, CDMX
Tibet	Empresa mexicana dedicada a la distribución de accesorios para mascotas.	Mexicaltzingo No.1442 Col. Moderna
Provipet	Distribuidora de productos concentrados en el cuidado, entretenimiento y nutrición para mascotas.	Montecito 38, Nápoles, 03810 Ciudad de México, CDMX

Fuente: Elaboración propia

3.7.1.2 Almacenaje

Dentro de las actividades que se realizarán en **“Pethome”** para guardar y mantener los artículos y productos de tienda, desde la recepción de los insumos con los proveedores, hasta el acomodo en almacén o bodega dentro de las instalaciones y el abastecimiento en tienda para su venta.

La mercancía que se adquiriera será almacenada dentro de la bodega principal, la cual estará acondicionada y climatizada para el depósito de los alimentos y artículos de tienda. La bodega estará distribuida en secciones para el acomodo de las mismas, organizadas de acuerdo a marca y tamaño de los costales en

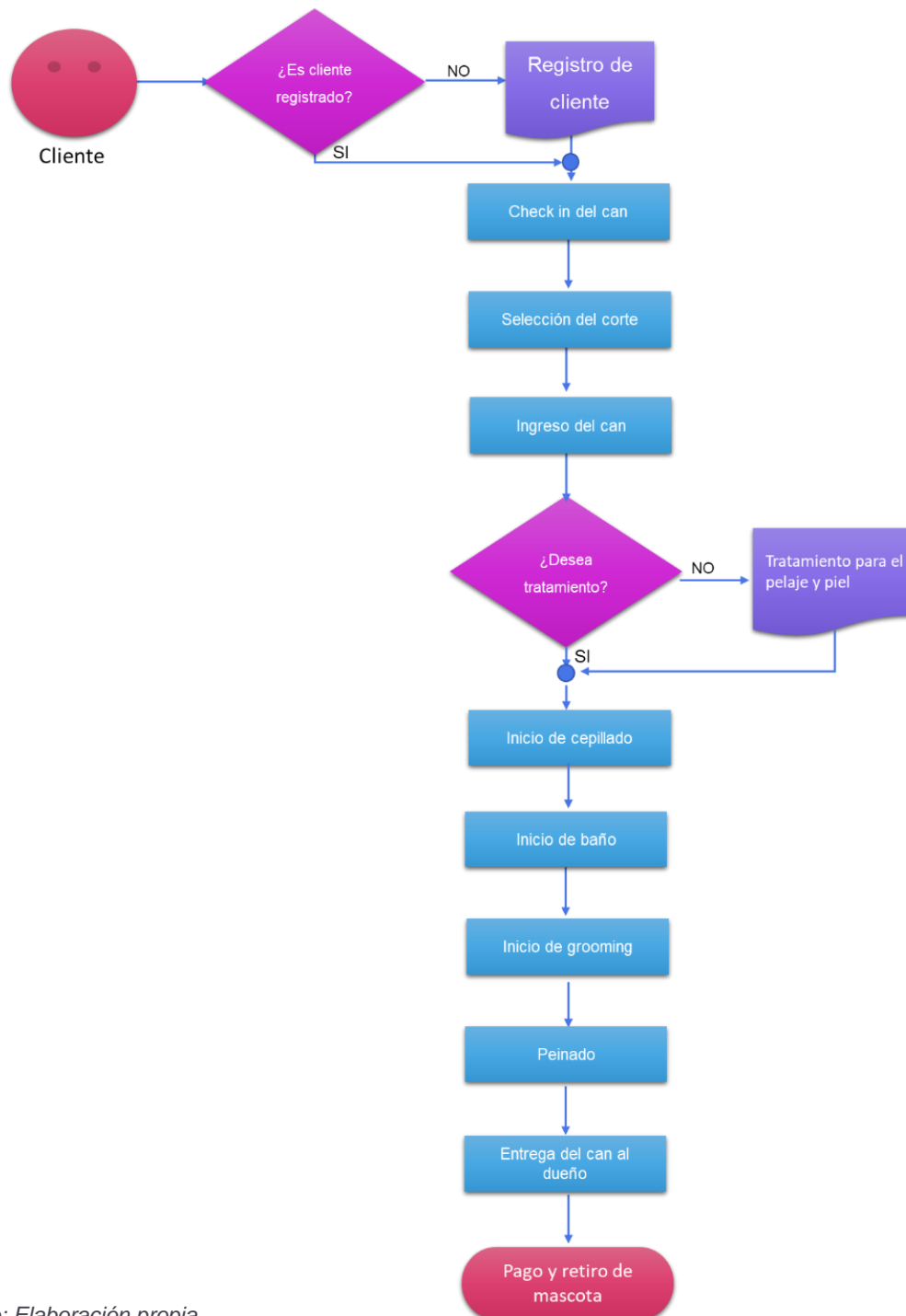
caso de el área de alimentos, así como en la sección de juguetes, correas y ropa, estarán distribuidos, colgados, y ubicados en cajas de acuerdo a sus características y uso, con el fin de que el personal lo encuentre de manera fácil y sencilla para el aprovisionamiento de la tienda y venta.

Para la operatividad del almacén se utilizará el método “FIFO” que por sus siglas en inglés “First In, First Out”, se refiere al sistema para el almacenamiento de productos que por sus características, ya sea de moda, perecederos o tecnológicas los productos primeros en entrar al almacén serán los primeros en salir para su venta y distribución. Con el fin de evitar y limitar los problemas de vencimiento u obsolescencia del producto. Proceso de producción del bien o servicio.

3.7.1.3 Diagramas de flujo

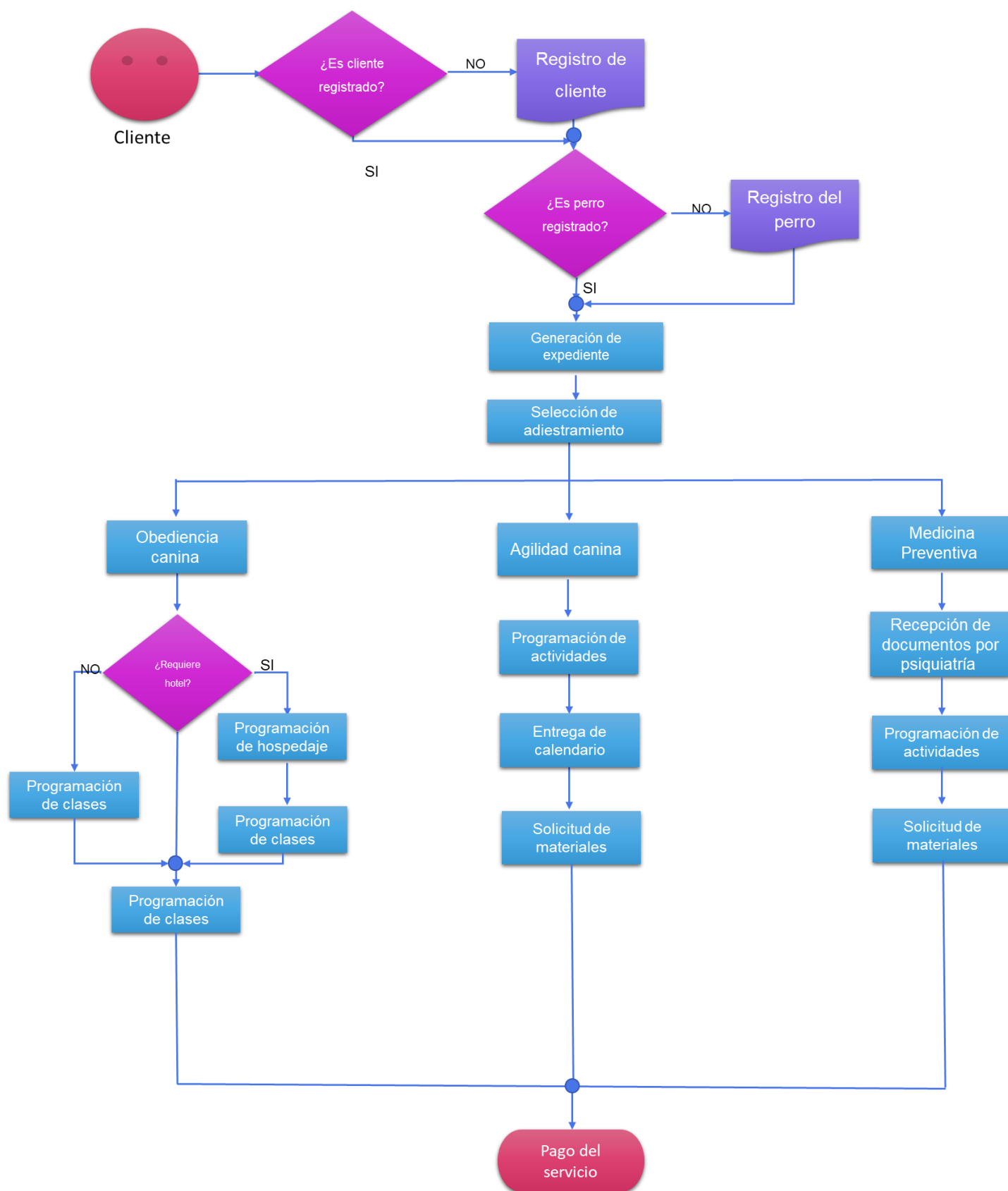
En el apartado siguiente se muestran el proceso de los servicios mediante diagramas de flujo:

Figura 3 Diagrama de flujo del servicio de estética



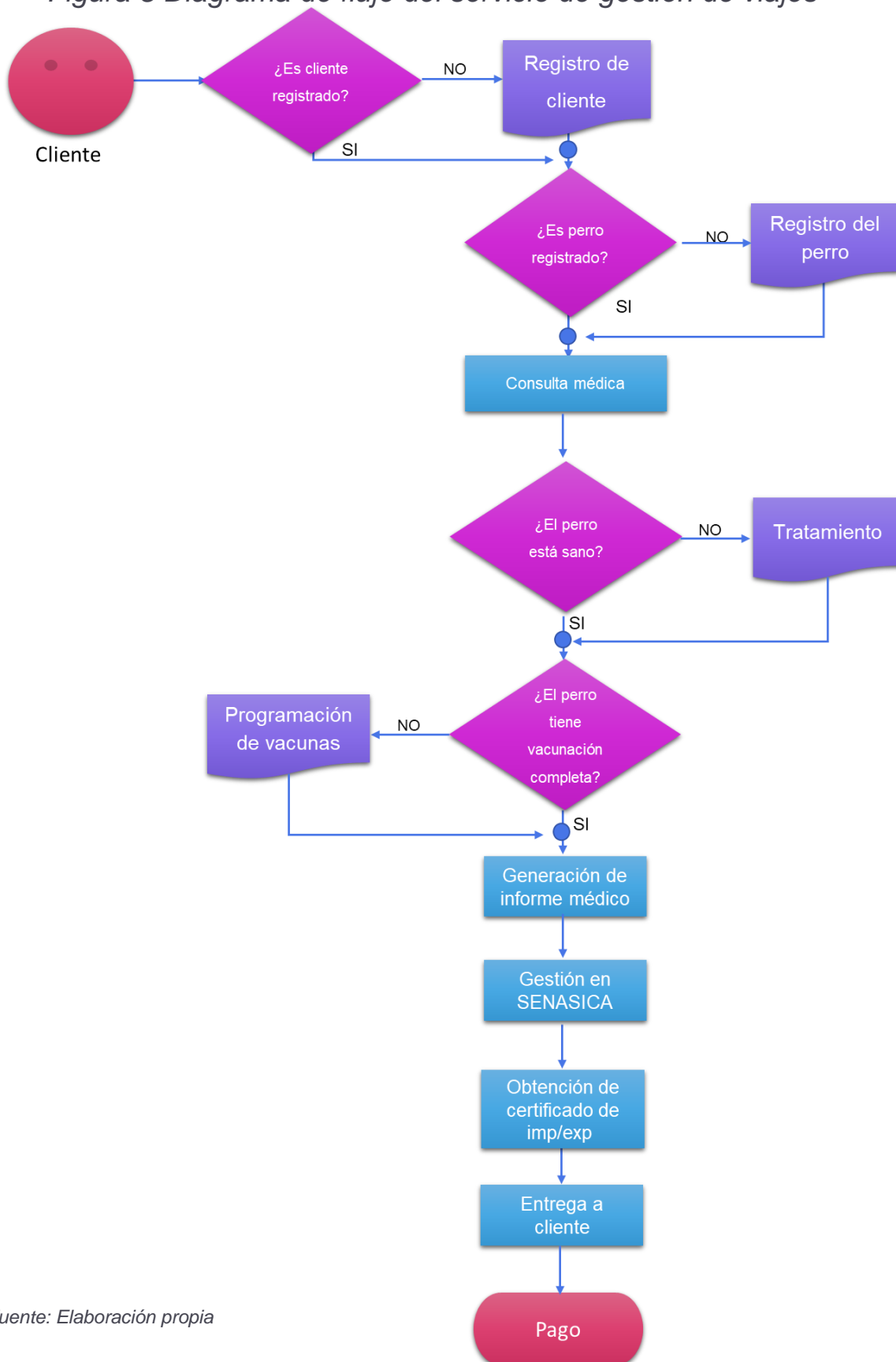
Fuente: Elaboración propia

Figura 4 Diagrama de flujo del servicio de adiestramiento



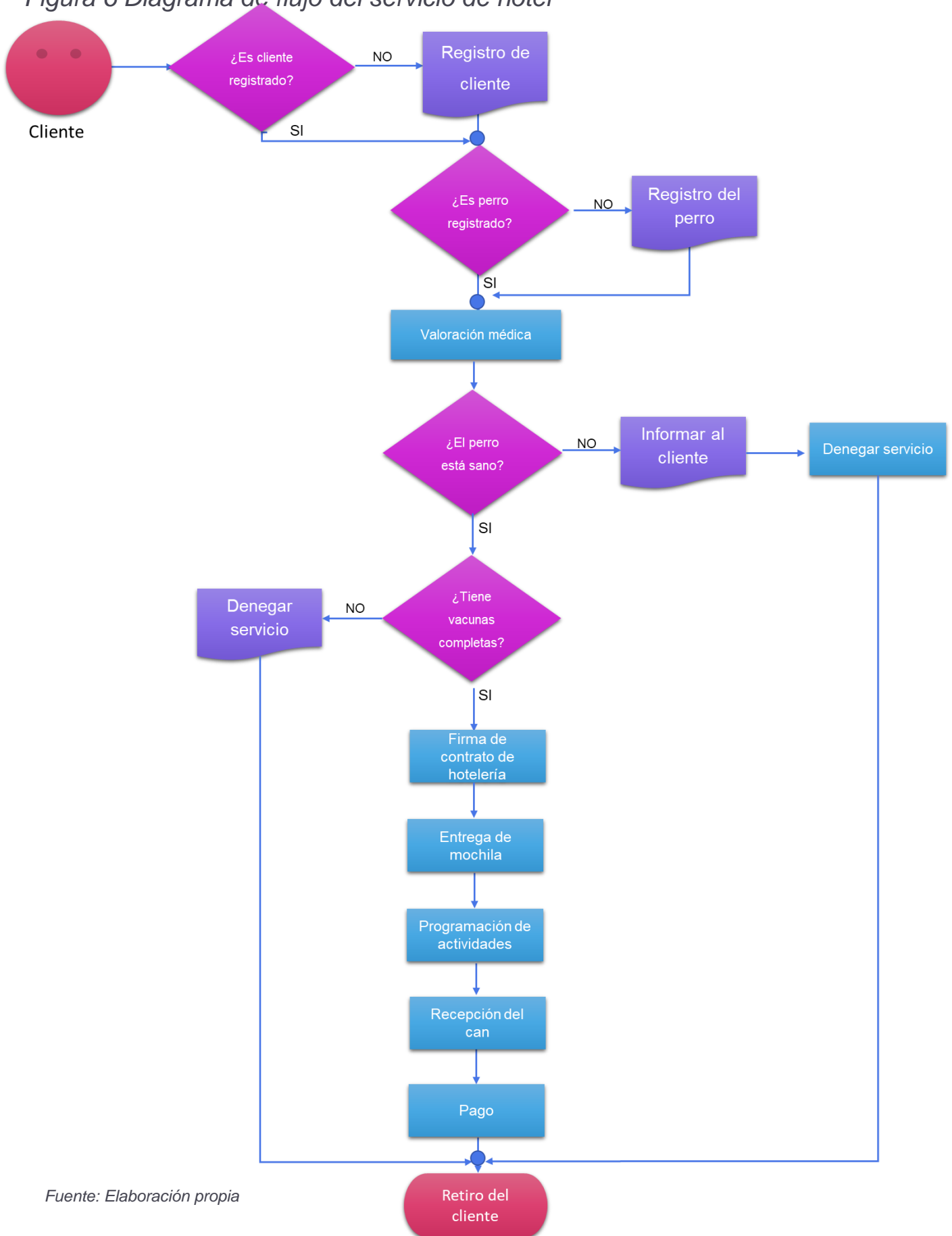
Fuente: Elaboración propia

Figura 5 Diagrama de flujo del servicio de gestión de viajes



Fuente: Elaboración propia

Figura 6 Diagrama de flujo del servicio de hotel



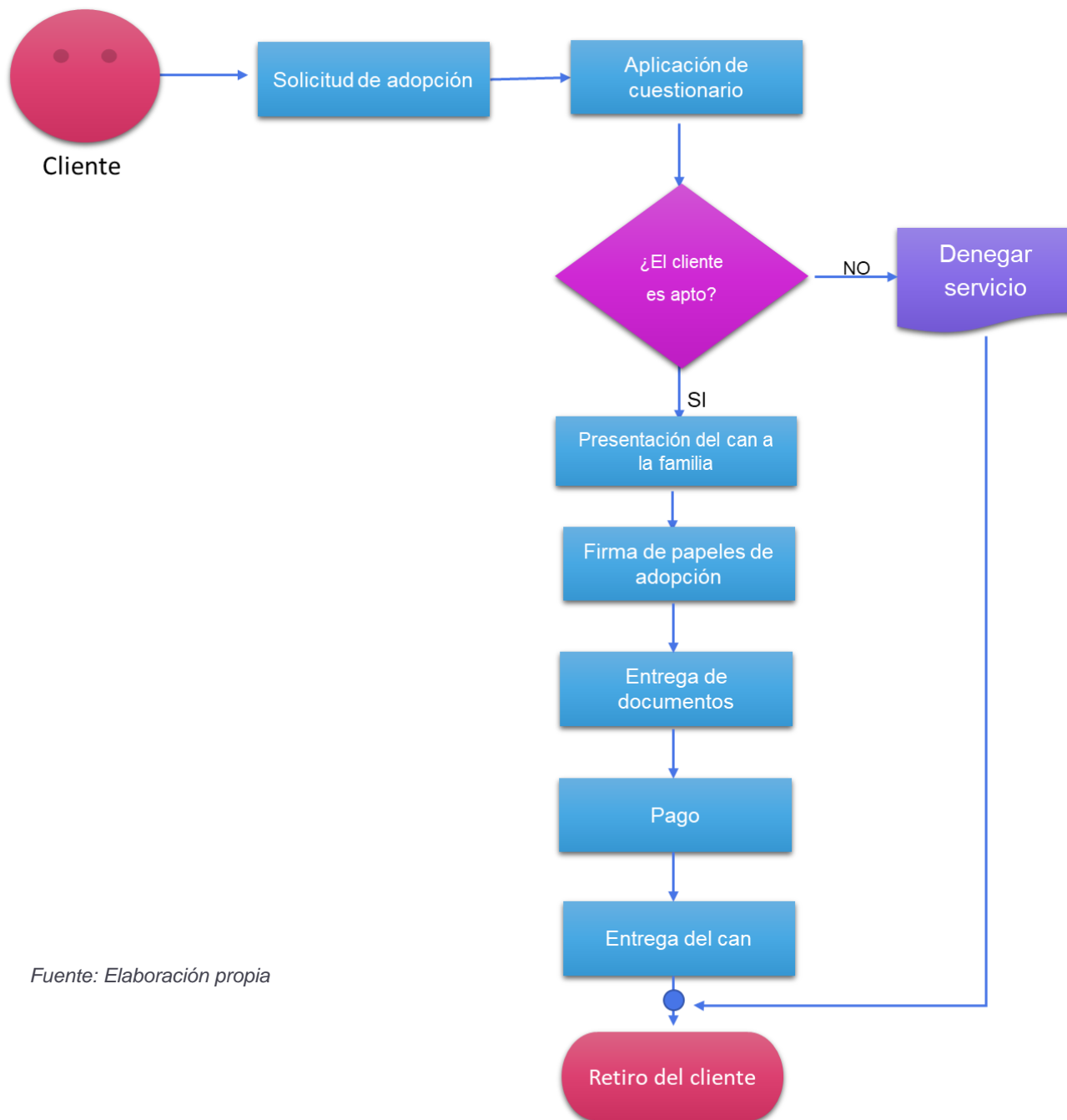
Fuente: Elaboración propia

Figura 7 Diagrama de flujo del servicio de transporte



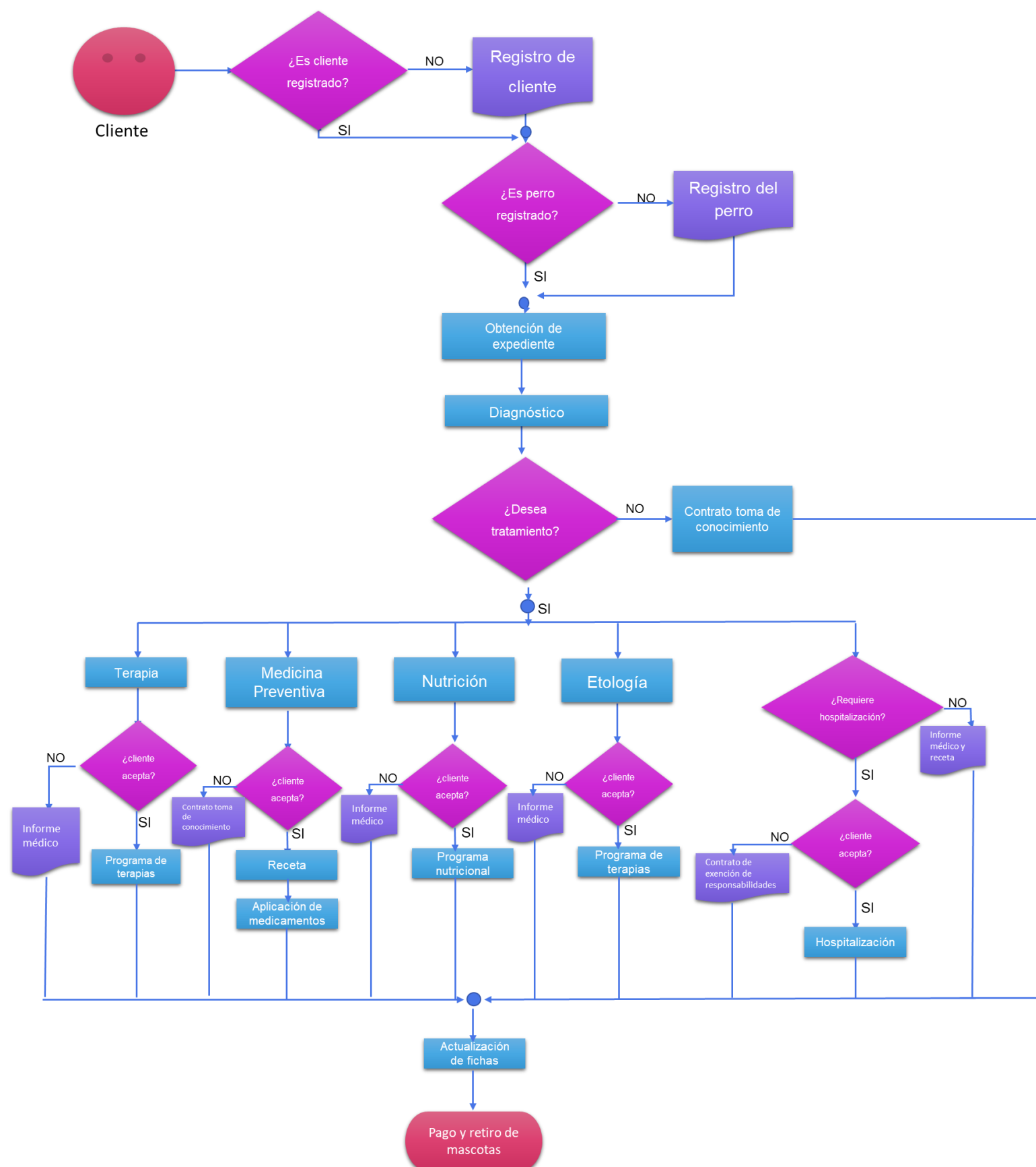
Fuente: Elaboración propia

Figura 8 Diagrama de flujo del servicio de ferias de adopción



Fuente: Elaboración propia

Figura 9 Diagrama de flujo del servicio de medicina veterinaria



Fuente: Elaboración propia

3.7.1.4 Maquinaria, mobiliario y herramientas de trabajo

El equipo con el que se cuenta en “**Pethome**”; estará especializado para lograr el mejor cuidado de los canes dentro de las instalaciones, a continuación se presentan los materiales necesarios para iniciar operaciones:

Tabla 12 Maquinaria, mobiliario y herramientas de trabajo "Pethome"

Equipo	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Maquinaria y Mobiliario Veterinario			
Báscula	1	\$ 3,950.00	\$ 3,950.00
Estanteria	6	\$ 1,356.00	\$ 8,136.00
Mesa de Exploración	3	\$ 2,800.00	\$ 8,400.00
Mesa Pasteur	2	\$ 1,500.00	\$ 3,000.00
Tina de Acero para estética	2	\$ 9,500.00	\$ 19,000.00
Gabinetes	8	\$ 1,500.00	\$ 12,000.00
Mesa para estética	3	\$ 1,895.00	\$ 5,685.00
Mesa Puente con bandeja reclinable	2	\$ 1,798.00	\$ 3,596.00
Estetoscopio	3	\$ 100.00	\$ 300.00
Termómetro	3	\$ 10.00	\$ 30.00
Refrigerador	1	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Calentador Solar	1	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00
Camas para mascotas	29	\$ 700.00	\$ 20,300.00
Camas para mascotas	29	\$ 700.00	\$ 20,300.00
Alberca	1	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00
Kit de agility	1	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
Total			\$ 141,197.00
Herramientas de Trabajo			
Champú para perro 5.1 lts	5	\$ 850.00	\$ 4,250.00
Bolas de algodón	5	\$ 120.00	\$ 600.00
Toallas sintéticas	15	\$ 50.00	\$ 750.00
Sueros fisiológicos	10	\$ 45.00	\$ 1,900.00
Kit de estética canina	4	\$ 399.00	\$ 1,596.00
Gabinetes	8	\$ 1,500.00	\$ 12,000.00
Peines para mascota	12	\$ 89.00	\$ 1,068.00
Lima para uñas caninas	3	\$ 93.00	\$ 279.00
Cepillo para pulgas	3	\$ 15.00	\$ 45.00
Cepillo para nudos	3	\$ 75.00	\$ 225.00
Premios para perros	10	\$ 20.00	\$ 200.00
Acondicionador para pelaje 5.1 lts	5	\$ 600.00	\$ 3,000.00
Correas	8	\$ 50.00	\$ 400.00
Material Veterinario para exploración	3	\$ 3,850.00	\$ 11,550.00

Bebederos automáticos	29	\$ 100.00	\$ 2,900.00
Platos para perros	29	\$ 50.00	\$ 1,450.00
Secadora	3	\$ 1,100.00	\$ 3,300.00
Guantes	3	\$ 100.00	\$ 300.00
Maquina de corte	3	\$ 1,500.00	\$ 4,500.00
Total			\$ 50,313.00
Equipo de Transporte			
Camioneta Dodge H100	2	\$ 152,000.00	\$ 304,000.00
Total			\$ 304,000.00
Mobiliario y equipo de oficina			
Computadora	3	\$ 6,000.00	\$ 18,000.00
Escritorio	3	\$ 1,300.00	\$ 3,900.00
Sillas	8	\$ 250.00	\$ 2,000.00
Recepción	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Lámpara	3	\$ 250.00	\$ 750.00
Teléfono	2	\$ 500.00	\$ 1,000.00
Salas	3	\$ 7,000.00	\$ 21,000.00
Televisión	4	\$ 2,500.00	\$ 10,000.00
Estantería	20	\$ 1,300.00	\$ 26,000.00
Mesas	3	\$ 1,000.00	\$ 3,000.00
Mesas de Jardín	4	\$ 1,200.00	\$ 4,800.00
Sombrillas	4	\$ 150.00	\$ 600.00
Total			\$ 96,050.00
Total Activos Fijos			\$ 591,560.00

Fuente: Elaboración propia

3.7.1.5 Materia prima

En este apartado se presenta el material necesario para realizar el servicio de tienda.

Tabla 13 Materia prima para apertura de tienda "Pethome"

Apertura de Tienda			
Equipo	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Correas	80	\$ 50.00	\$ 4,000.00
Alimento	120	\$ 650.00	\$ 78,000.00
Ropa para mascota raza pequeña	40	\$ 30.00	\$ 1,200.00
Ropa para mascota raza mediana	40	\$ 40.00	\$ 1,600.00
Ropa para mascota raza grande	40	\$ 60.00	\$ 2,400.00
Pelotas de entretenimiento	70	\$ 40.00	\$ 2,800.00
Collares	80	\$ 45.00	\$ 3,600.00
Carnazas	60	\$ 10.00	\$ 600.00
Juguetes diversos	200	\$ 35.00	\$ 7,000.00

Snacks	80	\$	22.50	\$	1,800.00
Cepillos	30	\$	30.00	\$	900.00
Camas chicas	20	\$	40.00	\$	800.00
Camas medianas	20	\$	50.00	\$	1,000.00
Camas grandes	20	\$	60.00	\$	1,200.00
Platos chicos	30	\$	30.00	\$	900.00
Platos medianos	30	\$	40.00	\$	1,200.00
Platos grandes	30	\$	50.00	\$	1,500.00
Bebederos	10	\$	45.00	\$	450.00
Corta uñas	20	\$	15.00	\$	300.00
Peluches	20	\$	30.00	\$	600.00
Pañales	10	\$	80.00	\$	800.00
Jaulas transportadoras chicas	4	\$	80.00	\$	320.00
Jaulas transportadoras medianas	4	\$	100.00	\$	400.00
Jaulas transportadoras grandes	4	\$	120.00	\$	480.00
Pecheras chicas	10	\$	30.00	\$	300.00
Pecheras medianas	10	\$	40.00	\$	400.00
Pecheras grandes	10	\$	50.00	\$	500.00
Mochilas	10	\$	100.00	\$	1,000.00
Peines	30	\$	30.00	\$	900.00
Placas	40	\$	30.00	\$	1,200.00
Zapatos	20	\$	120.00	\$	2,400.00
Champú	40	\$	30.00	\$	1,200.00
Acondicionador	40	\$	20.00	\$	800.00
Bolsas para desechos	60	\$	15.00	\$	900.00
Total				\$	123,450.00

Fuente: Elaboración propia

3.7.2 Capacidad instalada

✂ Estética Canina

En promedio el servicio de estética canina completa toma aproximadamente entre 1 y 2 horas, por lo que el esteticista puede atender en una jornada de 8 hrs diarias 6 perros al día, las instalaciones de “**Pethome**” contará con 3 mesas para estética canina; dicho lo anterior se podrían atender a 18 perros diarios en promedio por día, considerando que la empresa laborará los 360 días al año, se prevee que el primer año de operación al ser una empresa que iniciará actividades se atienda a 6,570 perros, dicho lo anterior se pretende en el primer mes que se cubra 2.43% de la capacidad instalada, esperando atender en dicho servicio a 160 perros, e ira aumentando paulatinamente hasta alcanzar 51.3% al final del año.

➤ **Adiestramiento**

Por otra parte en las clases de adiestramiento en la actividad agility se habilitarán dos grupos con 2 horas de clase por cada grupo en días sábado o domingo, cada clase constará de dos horas, por los que el entrenador podrá atender a 6 perros en cada grupo, el campo de agility estará constituido por completo de agilidad, estableciendo lo anterior se podrán atender a 12 perros diarios, considerando que la empresa laborará 48 domingos y sábados al año, se podrán atender en el primer año a 1,152 perros. Es por ello que al ser una empresa que inicia operaciones se pretende atender en el primer mes 10.5% de la capacidad instalada y crecer en el primer año hasta el 54.1%.

➤ **Consulta Veterinaria**

Para **“Pethome”** la salud de los canes es primordial por lo cual dentro las instalaciones se contará con 2 consultorios veterinarios que en promedio, cada consulta toma entre 30 minutos y 1 hora dependiendo la situación en la cual se encuentre, por lo cual el veterinario en una jornada de 8 horas, podrá atender a 8 caninos diariamente. Considerando que se trabajaran 360 días al año, en este periodo en promedio se podrán atender a 2,920 caninos, tomando en cuenta que es una empresa que iniciará operaciones en el primer mes se pretende atender a 60 perros, dicha cifra representa el 2.05% de la capacidad instalada, la cual pretende llegar al término del primer año hasta el 25,6.

➤ **Transporte**

Uno de los servicios plus de esta empresa, es el transporte de los caninos, en una jornada de 8 horas y estimando un tiempo de recolección de y entrega de 4 horas; con una capacidad en las camionetas para 20 caninos por camioneta, de las cuales se contarán con tres de las mismas, la capacidad instalada en el primer año de operaciones es de 21,900 perros, por otra parte en el primer mes se pretende cubrir el .22% de la demanda promedio, buscando cubrir el 2.8% en el primer año de operaciones.

➤ **Hotel**

En promedio el servicio de hotel cuenta con 27 habitaciones, dicho lo anterior se podrían atender a 29 perros ya que dos de ellas son dobles, tomando en cuenta que la empresa laborará los 360 días al año, se estima que en el primer año de operación se atenderán a 9,855 perros, por otra parte en el primer mes de inicio de operaciones se calcula que se

cubra el 9.8% de la capacidad instalada, e ira aumentando paulatinamente hasta alcanzar 20.27% al final del año.

3.7.3 Lay-out del local y/o planta de producción

Dentro de la descripción de “**Pethome**” se ha destacado la importancia de tener áreas verdes, un espacio de oficina para tratar asuntos relacionados a lo administrativo, además de tener habitaciones con amplio espacio, y área des de estética que cumpla con las especificaciones necesarias para el aseo de los canes, se cuenta con una oficina en la cual se llevan actividades administrativas la cual tiene un tamaño es de 10 x 6.80 metros cuadrados, se pintara con los colores que caracteriza a la empresa, un fondo blanco al interior y sobre éste se marcara la figura de huella de perro con color azul.

También en el espacio de tienda y recepción que es en donde, se recibirán a los canes y se atenderán a los clientes explicándoles detalladamente lo que se hace en la empresa y el procedimiento y característica de los servicios; determinado por un espacio de 30 x 30 metros cuadrados y al igual que la oficina estará caracterizada de la misma manera. Cabe resaltar que el espacio es amplio ya que se complementa con la sala de espera para el consultorio y para el área de estética que tiene una vista amplia, además de la amplia recepción y atención al cliente.

Contará con consultorios médicos el principal con medida de 7 x 5 m² y el segundo consultorio con medidas de 6.5 x 5 m² donde se llevaran a cabo los trabajos de veterinaria general, y en espacio suficiente de valoración de 4.30 x 4 m² para la exploración de los canes cuando acudan al servicio de hotel y se les realice el examen inicial. La siguiente habitación es un espacio para perros para el área de adopción con un vitral donde los clientes pueden ver a sus posibles mascotas con un espacio de 4.30 x 10 m², dicho espacio podrá tener acceso para que los niños puedan convivir con ellos. Para el área de estética se cuenta con un espacio de amplio con arquitectura transparente con un espacio de 5 x 10m² y una bodega para los productos que se utilizan dentro del área

Para los clientes que decidan acudir a las clases de agility y entrenamiento, se cuentan con baños para hombres y mujeres con medidas de 4 x 5 m² cada uno y una amplia terraza con sillones y mesas para poder ver el entrenamiento canino. Las áreas verdes están seccionadas en tres espacios, tales como el área de entrenamiento con un espacio de 14 x 39m² el área de agility con los circuitos oficiales con un espacio de 15 x 39m² y el área de

esparcimiento con medidas de 29 x 74m², área suficiente para poder seccionar a los canes de acuerdo a sus características

De igual manera dentro del espacio de hotel se contará con 27 habitaciones amplias para la estadía de los canes, 2 de ellas habitaciones dobles y las restantes con la posibilidad de convertirlas en habitaciones dobles para las estadías familiares

A su vez la bodega para el almacenamiento de productos de tienda y alimentos es un espacio amplio con medidas de 20 x 10m², dentro de la misma e encuentra un cuarto para la persona que se encargue de cuidado de los canes en el horario nocturno, con un baño para su uso.

Ilustración 1 Plano Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Capítulo 4

Descripción y justificación de la empresa



Introducción: Organización y administración de recursos humanos

La descripción de los puestos de trabajo es una herramienta de vital importancia para delimitar los roles dentro de la compañía y sus responsabilidades. Ayuda a enlistar las habilidades y aptitudes de los trabajadores, incluyendo los objetivos y metas que se pretende alcanzar como equipo.

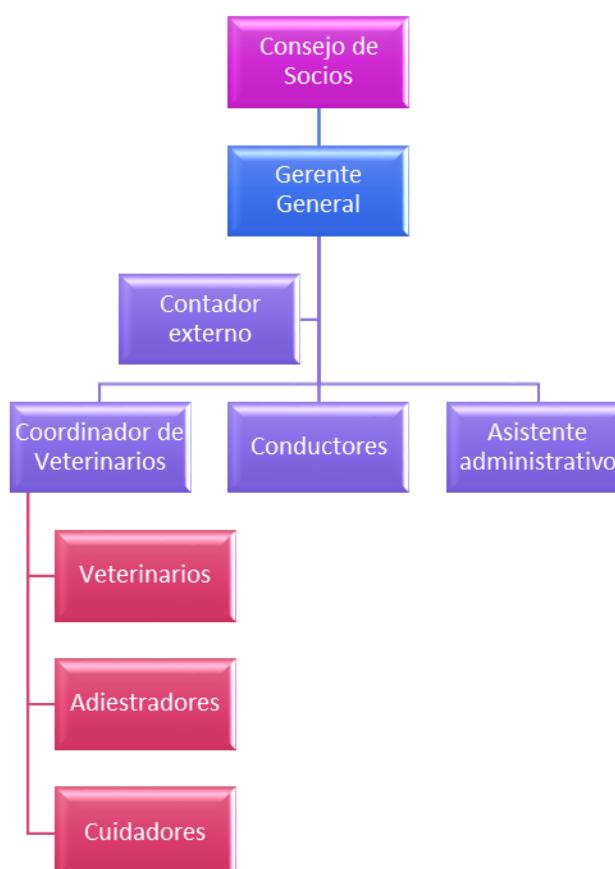
La constitución del capítulo 4 es organizada por la descripción de los puestos de trabajo y su jerarquización dentro de la empresa, el número de empleados que son necesarios para poder realizar las actividades y el costo de nómina anual de que representa.

Capítulo 4: Organización y administración de recursos humanos

4.1 Organigrama

El organigrama de “**Pethome**” está comprendido por una estructura simple que permitirá asumir las obligaciones y desarrollar los roles dentro de la empresa, otorgará así una comunicación efectiva para la ejecución de las actividades.

Figura 1 Organigrama “Pethome”



Fuente: Elaboración propia

4.2 Descripciones de puestos.

🐾 Gerente General

El Gerente General actuará como representante legal de la empresa, fijará las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros establecidos por los socios. Será responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, ya que planea, dirige y controla las actividades de la empresa.

Ejercerá autoridad funcional sobre el resto de cargos administrativos y operacionales de la organización. Actuará como soporte de la organización a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de cada área funcional, así como con conocimientos del área técnica y de aplicación de productos y servicios.

Su objetivo principal será crear un valor agregado con base a los productos y servicios que se ofrecen, Sus principales funciones dentro de “**Pethome**” serán:

- ✚ Establecer los objetivos y metas específicas de la empresa para alcanzar el posicionamiento en el mercado.
- ✚ Explicar a los empleados los objetivos y metas de la empresa.
- ✚ Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con el fin de mejorar la atención al cliente.
- ✚ Elaborar la lista de insumos para que el almacén y la tienda estén abastecidas.
- ✚ Establecer el calendario de compras a proveedores para el abastecimiento de insumos.
- ✚ Mantener contacto y seguimiento con proveedores para analizar las características de los productos, calidades, condiciones de servicio, precio y pago.
- ✚ Presentar a sus clientes internos las ofertas recibidas, haciendo indicaciones y sugerencias oportunas sobre los proveedores, oportunidades de compra y los distintos aspectos para la venta.
- ✚ Participar en las pruebas y control de muestras para asegurar que reúnen las condiciones especificadas.
- ✚ Controlar los plazos de entrega, estado de los artículos, recepción y condiciones de las facturas y entrega de las mismas a contabilidad para su registro, pago y contabilización.
- ✚ Realizar las entrevistas para cubrir las vacantes dentro de la empresa.
- ✚ Monitorear la venta de productos y servicios, con el fin de observar las áreas de oportunidad y mejorar la atención al cliente.
- ✚ Verificar las condiciones de las instalaciones, con el fin de darle mantenimiento a cada una de las áreas de trabajo.
- ✚ **Jefe Inmediato:** Consejo de accionistas
- ✚ **Supervisa a:** Choferes, Asistente administrativo, Coordinador de veterinarios

🐾 Contador Externo

Será el responsable de la planificación, organización, y coordinación de todas las tareas relacionados con el área contable, con el objetivo de obtener las consolidaciones y estados financieros requeridos por el SAT, coordinará y ejecutará las políticas relacionadas con el área contable, asegurándose de que se cumplan los principios de contabilidad generalmente aceptados y políticas específicas, y por último, elaborará y controlará la labor para el pago de impuestos. Además de realizar las siguientes funciones:

- 🐾 Elaborar Estados Financieros en fechas requeridas con información oportuna y verídica.
- 🐾 Registro de auxiliares de contabilidad
- 🐾 Revisar soportes de pagos, reportes de ventas, gastos, ingresos, préstamos, etcétera.
- 🐾 Revisar y elaborar conciliaciones bancarias.
- 🐾 Confeccionar las declaraciones de Impuestos sobre Ventas, Impuestos sobre la Renta, etcétera. Otras inherentes al cargo, que de acuerdo al giro de la empresa sean necesarias ejecutar.

🐾 Conductor

El conductor tendrá la responsabilidad de ir al domicilio de los dueños a recoger al can para poder trasladarlo a las instalaciones, así como trasladarlo de regreso a su hogar. Cuando el chofer llega al domicilio, es obligatorio presentarse, crear una buena relación con el can y recabar toda la información necesaria para el cuidado y servicios que desea adquirir el dueño, así como verificar la fecha de entrega del can y el horario en el que será recibido por sus dueños. Subir al can, lo acomodar en el espacio asignado, verificar la documentación y especificaciones brindadas por los amos, y por último se dirigirse a las instalaciones para el ingreso de los perros.

El chofer de camión deberá hacer el registro del consumo de combustible, el kilometraje o distancia que ha recorrido, y más información que se precise para el control del antes, durante y después de la entrega de los canes, con el fin de minimizar tiempos y mejorar la calidad del servicio, así como el reporte de posibles fallas o mantenimiento del vehículo. Es importante que el conductor siempre cuente con un sistema de comunicación por radio o teléfono celular en el camión para poder comunicarse con la empresa, con el fin de monitorear el servicio o bien por si precisa ayuda debido a posibles averías y necesidad de

asistencia en carretera. Para poder realizar las actividades el conductor debe tener las siguientes habilidades:

- ❧ Debe manejar de forma experta.
- ❧ Capaz de trabajar solo y de concentrarse durante largos períodos de tiempo.
- ❧ Consciente de la seguridad, ya que los canes necesitan de sumo cuidado en el traslado.
- ❧ Poder relacionarse con los canes para su traslado.
- ❧ Puntual, ya que va a trabajar con plazos ajustados.
- ❧ Tener dotes para la atención al cliente, pues entrará en contacto con diversas personalidades.

❧ **Asistente administrativo**

El asistente administrativo brindará apoyo al gerente general, para el control y reporte del personal que constituyen a “**Pethome**”.

Por lo general, su función radicará en contestar llamadas telefónicas, atienden las consultas habituales, programar citas y servicio a domicilio, cobro de servicios y tienda, monitorear el correo electrónico que se haya recibido, y decidir si hay tareas que el gerente general tiene que ver o atender personalmente.

Por otra parte una de las responsabilidades será organizar y priorizar el manejo de tienda y verificar el abastecimiento de la mercancía en bodega y tener un control sobre el inventario de la mercancía, la cual se tendrá que reportar al gerente general para la programación de compras con los proveedores respectivos.

A su vez debe tener constante contacto con el conductor para programar la recepción de los canes y confirmar el arribo con los dueños. Será la encargada de la recepción de visitas, clientes, y posibles clientes que acudan a las instalaciones, atender las necesidades, recorrido de las instalaciones, programación de entrenamientos, estética canina, u hospedaje en las instalaciones.

❧ **Coordinador de Veterinarios**

Responsable del trato otorgado a los animales, ya sea en el ámbito de prestación de servicios médicos veterinarios, estética canina o adiestramiento y cuidado de los canes.

Tendrá total autoridad sobre los veterinarios, adiestradores y cuidadores y desempeña las siguientes funciones:

- ✖ Tener un control de las actividades que realizan los veterinarios, supervisar que estas se realizan de manera oportuna, así como asegurar que los servicios que se ofrecen son de la mejor calidad.
- ✖ Capacitar a los veterinarios, dando un entrenamiento en el que se les explique lo que se debe o no hacer en las distintas situaciones que se les presente.
- ✖ Dar consulta y atención médica a los casos críticos dentro de “Pethome”.
- ✖ Monitorear los canes en hospitalización y elaborar su seguimiento en los expedientes.
- ✖ Monitorear las condiciones sanitarias de las unidades móviles para asegurar la salud de los perros,
- ✖ Ayudar en la entrevista de los adiestradores, esteticistas y veterinarios para lograr tener el mejor personal dentro de la empresa

🐾 Veterinarios

Serán las personas que tienen un trato directo con la mascota y sus dueños, asimismo es el que se encarga de curar y prevenir las enfermedades de estos por medio de los distintos tratamientos que se ofrecen, además de proporcionar al servicio de estética los cuidados pertinentes y especificaciones para el cuidado de los canes.

Esta persona estará capacitada con un entrenamiento previo y es el responsable un consultorio, tiene contacto directo con adiestradores y esteticistas. Realiza las siguientes funciones:

- ✖ Mantener el consultorio con los requerimientos acorde a la ley, en completa higiene y con la documentación necesaria.
- ✖ Brindar la atención adecuada a las mascotas asegurando a los dueños que sus animales serán tratados con el mejor servicio durante su consulta, generando un diagnóstico de acuerdo a la sintomática del animal.
- ✖ Aplicar las vacunas según el carnet y la edad de la mascota, si el animal está preñado se evitará la aplicación de estas para no causar ningún daño a las crías.
- ✖ Crear entre él y la mascota un ambiente de confianza, de esta manera el perro no sentirá miedo cada que vea al veterinario.
- ✖ Reportar los casos críticos al coordinador de veterinarios

- ❖ Ayudar con el cuidado de los perros hospitalizados y aquellos que estén para adopción.
- ❖ Realizar las valoraciones para el servicio de hotelería.

❖ **Adiestrador Canino**

Los adiestradores de perros entrenarán a perros para la participación de carreras, auxiliarán a personas que requieren una ayuda debido a sus dificultades, relativo a seguridad, a la protección, evasión de conductas y desarrollo de habilidades para lograr una sana convivencia entre perro y familia, entre otros. Dentro de las funciones que desempeñará dentro de “**Pethome**” serán:

- ❖ Valorar a los canes para ubicarlos en el nivel adecuado para su entrenamiento.
- ❖ Observar las habilidades y áreas de oportunidad y comunicarlas a los dueños para reforzarlas.
- ❖ Mantener al tanto a los clientes con el avance de los canes durante su entrenamiento
- ❖ Retroalimentar a las familias para seguir con el entrenamiento en sus hogares,
- ❖ Ayudar a los canes con la integración en grupo.
- ❖ Evitar conducta y desarrollar habilidades con los canes.
- ❖ Ayudar canes y amos a crear un ambiente de confianza donde puedan desarrollar actividades placenteras, que ayuden a mejorar la interacción entre ellos y a crear un ambiente de amor y cuidado en el hogar.

El adiestrador de perros deberá tener un temperamento paciente, cariñoso y simpático con los animales, estar en forma, tener disponibilidad para trabajar al aire libre bajo tipo de clima, saber trabajar en equipo, y tener habilidades y capacidades para establecer buenas relaciones con distintos tipos de personas.

❖ **Cuidador**

Los cuidadores dentro de “**Pethome**” tendrán la responsabilidad de limpiar el recinto, jaulas, zonas interiores y exteriores, dar comida y agua a los perros, controlarán su estado de salud y atenderán a los animales enfermos y heridos con ayuda del veterinario.

Prepararán la comida de los animales, verificarán que los bebederos tengan agua suficiente, además de constatar que las habitaciones estén en condiciones óptimas para la estancia de los perros.

También tendrán que proporcionar a los animales un entorno que les resulte estimulante, se ajuste a sus necesidades de conducta y aliente una serie de comportamientos naturales. Ayudarán en el desarrollo y ejecución de las actividades de recreación, así como el paseo de los mismos para ayudar a la convivencia y liberación de energía de los canes.

Llevarán un registro de la salud, la dieta y la conducta de los animales. Tomando nota de los cambios que podrían ser indicio de enfermedad, lesión o embarazo, y los ponen en conocimiento de un veterinario durante la estancia en el hotel.

El trabajo puede ser un reto físico, porque los cuidadores de animales tienen que trabajar al aire libre en todo tipo de condiciones climáticas y estar dispuestos a ensuciarse. Para ser cuidador de animales, es indispensable querer y respetar a los animales. También puede ser que trabaje con animales enfermos, que requieran especial cuidado, además de hacerse cargo de aquellos canes que esté en proceso de adopción.

4.3 Cantidad de Personal y Costo de Nómina (actual y estimado a cuatro años).

En la siguiente tabla se presenta la cantidad de empleados para el inicio de operaciones de la empresa **“Pethome”**, también se estima la cantidad de empleados para los 4 años siguientes de acuerdo al posible crecimiento de la empresa y a la capacidad instalada.

Tabla 14 Cantidad de empleados “Pethome”

Empleados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Gerente General	1	1	1	1
Coordinador de Veterinarios	1	1	1	1
Conductores	1	2	2	2
Asistente Administrativo	1	2	2	2
Veterinarios	1	2	2	2
Etólogo	1	1	1	1
Adiestradores	2	3	3	3
Cuidadores	2	3	3	3

Fuente: Elaboración propia

4.3.1 Nómina

El pago del personal es realizado por nómina quincenalmente, brindándoles las prestaciones que marca la ley y cumpliendo con las responsabilidades fiscales. El desglose de la nómina del primer año y de los 3 años subsecuentes es el siguiente:

Tabla 15 Pago de Nómina año 1

Cantidad	Empleados	Salario diario base	SBC	Base Quincenal Integrada	Base Mensual Integrada	Base Anual Integrada	Base Anual Integrada	Base Anual Integrada Total
1	Gerente General	\$ 316.67	\$ 331.17	\$ 4,750.00	\$ 9,500.00	\$ 114,000.00	\$ 114,000.00	\$ 114,000.00
1	Coordinador de Veterinarios	\$ 283.33	\$ 296.31	\$ 4,250.00	\$ 8,500.00	\$ 102,000.00	\$ 102,000.00	\$ 102,000.00
1	Conductores	\$ 116.67	\$ 122.01	\$ 1,750.00	\$ 3,500.00	\$ 42,000.00	\$ 42,000.00	\$ 42,000.00
1	Asistente Administrativo	\$ 266.67	\$ 278.88	\$ 4,000.00	\$ 8,000.00	\$ 96,000.00	\$ 96,000.00	\$ 96,000.00
1	Veterinarios	\$ 261.67	\$ 273.65	\$ 3,925.00	\$ 7,850.00	\$ 94,200.00	\$ 94,200.00	\$ 94,200.00
2	Adiestradores	\$ 300.00	\$ 313.74	\$ 4,500.00	\$ 9,000.00	\$ 108,000.00	\$ 216,000.00	\$ 432,000.00
2	Cuidadores	\$ 233.33	\$ 244.02	\$ 3,500.00	\$ 7,000.00	\$ 84,000.00	\$ 168,000.00	\$ 336,000.00
Total				\$ 26,675.00	\$ 53,350.00	Total	\$ 832,200.00	\$ 1,216,200.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16 Pago de Nómina año 2

Cantidad	Empleados	Salario diario base	SBC	Base Quincenal Integrada	Base Mensual Integrada	Base Anual Integrada	Base Anual Integrada	Base Anual Integrada Total
1	Gerente General	\$ 332.50	\$ 347.73	\$ 4,987.50	\$ 9,975.00	\$ 119,700.00	\$ 119,700.00	\$ 119,700.00
1	Coordinador de Veterinarios	\$ 297.50	\$ 311.13	\$ 4,462.50	\$ 8,925.00	\$ 107,100.00	\$ 107,100.00	\$ 107,100.00
2	Conductores	\$ 122.50	\$ 128.11	\$ 1,837.50	\$ 3,675.00	\$ 44,100.00	\$ 88,200.00	\$ 176,400.00
2	Asistente Administrativo	\$ 280.00	\$ 292.82	\$ 4,200.00	\$ 8,400.00	\$ 100,800.00	\$ 201,600.00	\$ 403,200.00
2	Veterinarios	\$ 274.75	\$ 287.33	\$ 4,121.25	\$ 8,242.50	\$ 98,910.00	\$ 197,820.00	\$ 395,640.00
3	Adiestradores	\$ 315.00	\$ 329.43	\$ 4,725.00	\$ 9,450.00	\$ 113,400.00	\$ 340,200.00	\$ 1,020,600.00
3	Cuidadores	\$ 245.00	\$ 256.22	\$ 3,675.00	\$ 7,350.00	\$ 88,200.00	\$ 264,600.00	\$ 793,800.00
Total				\$ 28,008.75	\$ 56,017.50	Total	\$ 1,319,220.00	\$ 3,016,440.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17 Pago de Nómina año 3

Cantidad	Empleados	Salario diario base	SBC	Base Quincenal Integrada	Base Mensual Integrada	Base Anual Integrada	Base Anual Integrada	Base Anual Integrada Total
1	Gerente General	\$ 349.13	\$ 365.11	\$ 5,236.88	\$ 10,473.75	\$ 125,685.00	\$ 125,685.00	\$ 125,685.00
1	Coordinador de Veterinarios	\$ 312.38	\$ 326.68	\$ 4,685.63	\$ 9,371.25	\$ 112,455.00	\$ 112,455.00	\$ 112,455.00
2	Conductores	\$ 128.63	\$ 134.52	\$ 1,929.38	\$ 3,858.75	\$ 46,305.00	\$ 92,610.00	\$ 185,220.00
2	Asistente Administrativo	\$ 294.00	\$ 307.47	\$ 4,410.00	\$ 8,820.00	\$ 105,840.00	\$ 211,680.00	\$ 423,360.00
2	Veterinarios	\$ 288.49	\$ 301.70	\$ 4,327.31	\$ 8,654.63	\$ 103,855.50	\$ 207,711.00	\$ 415,422.00
3	Adiestradores	\$ 330.75	\$ 345.90	\$ 4,961.25	\$ 9,922.50	\$ 119,070.00	\$ 357,210.00	\$ 1,071,630.00
3	Cuidadores	\$ 257.25	\$ 269.03	\$ 3,858.75	\$ 7,717.50	\$ 92,610.00	\$ 277,830.00	\$ 833,490.00
Total				\$ 29,409.19	\$ 58,818.38	Total	\$ 1,385,181.00	\$ 3,167,262.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18 Pago de Nómina año 4

Cantidad	Empleados	Salario diario base	SBC	Base Quincenal Integrada	Base Mensual Integrada	Base Anual Integrada	Base Anual Integrada	Base Anual Integrada Total
1	Gerente General	\$ 366.58	\$ 383.37	\$ 5,498.72	\$ 10,997.44	\$ 131,969.25	\$ 131,969.25	\$ 131,969.25
1	Coordinador de Veterinarios	\$ 327.99	\$ 343.02	\$ 4,919.91	\$ 9,839.81	\$ 118,077.75	\$ 118,077.75	\$ 118,077.75
3	Conductores	\$ 135.06	\$ 141.24	\$ 2,025.84	\$ 4,051.69	\$ 48,620.25	\$ 145,860.75	\$ 437,582.25
3	Asistente Administrativo	\$ 308.70	\$ 322.84	\$ 4,630.50	\$ 9,261.00	\$ 111,132.00	\$ 333,396.00	\$ 1,000,188.00
3	Veterinarios	\$ 302.91	\$ 316.79	\$ 4,543.68	\$ 9,087.36	\$ 109,048.28	\$ 327,144.83	\$ 981,434.48
4	Adiestradores	\$ 347.29	\$ 363.19	\$ 5,209.31	\$ 10,418.63	\$ 125,023.50	\$ 500,094.00	\$ 2,000,376.00
4	Cuidadores	\$ 270.11	\$ 282.48	\$ 4,051.69	\$ 8,103.38	\$ 97,240.50	\$ 388,962.00	\$ 1,555,848.00
Total				\$ 30,879.65	\$ 61,759.29	Total	\$ 1,945,504.58	\$ 6,225,475.73

Fuente: Elaboración propia

4.3.2 Pago de ISR

En los siguientes cuadros se desglosa el pago del ISR para el primer año de operaciones y los tres años subsecuentes

Tabla 19 Pago de ISR año 1

Cantidad	Empleados	Base Gravable Mensual	Base Límite Inferior	Base para el Impuesto	%	Resultado	Cuota Fija	ISR a retener	Salario Menos ISR	Salario Quincenal
1	Gerente General	\$ 9,500.00	\$ 8,601.51	\$ 898.49	17.92%	\$ 161.01	\$ 786.54	\$ 947.55	\$ 8,552.45	\$ 4,276.23
1	Coordinador de Veterinarios	\$ 8,500.00	\$ 7,399.43	\$ 1,100.57	16.00%	\$ 176.09	\$ 594.21	\$ 770.30	\$ 7,729.70	\$ 3,864.85
1	Conductores	\$ 3,500.00	\$ 496.08	\$ 3,003.92	6.4%	\$ 192.25	\$ 9.52	\$ 201.77	\$ 3,298.23	\$ 1,649.11
1	Asistente Administrativo	\$ 8,000.00	\$ 7,399.43	\$ 600.57	10.88%	\$ 65.34	\$ 247.24	\$ 312.58	\$ 7,687.42	\$ 3,843.71
1	Veterinarios	\$ 7,850.00	\$ 7,399.43	\$ 450.57	16.00%	\$ 72.09	\$ 594.21	\$ 666.30	\$ 7,183.70	\$ 3,591.85
1	Adiestrador 1	\$ 9,000.00	\$ 8,601.51	\$ 398.49	17.92%	\$ 71.41	\$ 786.54	\$ 857.95	\$ 8,142.05	\$ 4,071.03
1	Adiestrador 2	\$ 9,000.00	\$ 8,601.51	\$ 398.49	17.92%	\$ 71.41	\$ 786.54	\$ 857.95	\$ 8,142.05	\$ 4,071.03
1	Cuidador 1	\$ 7,000.00	\$ 4,210.42	\$ 2,789.58	10.88%	\$ 303.51	\$ 247.24	\$ 550.75	\$ 6,449.25	\$ 3,224.63
1	Cuidador 2	\$ 7,000.00	\$ 4,201.42	\$ 2,798.58	10.88%	\$ 304.49	\$ 247.24	\$ 551.73	\$ 6,448.27	\$ 3,224.14

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20 Pago de ISR año 2

Cantidad	Empleados	Base Gravable Mensual	Base Límite Inferior	Base para el Impuesto	%	Resultado	Cuota Fija	ISR a retener	Salario Menos ISR	Salario Quincenal
1	Gerente General	\$ 9,975.00	\$ 8,601.51	\$ 1,373.49	17.92%	\$ 246.13	\$ 786.54	\$ 1,032.67	\$ 8,942.33	\$ 4,471.17
1	Coordinador de Veterinarios	\$ 8,925.00	\$ 8,601.51	\$ 323.49	17.92%	\$ 57.97	\$ 786.54	\$ 844.51	\$ 8,080.49	\$ 4,040.25
1	Conductor 1	\$ 3,675.00	\$ 496.08	\$ 3,178.92	6.4%	\$ 203.45	\$ 9.52	\$ 212.97	\$ 3,462.03	\$ 1,731.01
1	Conductor 2	\$ 3,675.00	\$ 496.08	\$ 3,178.92	6.4%	\$ 203.45	\$ 9.52	\$ 212.97	\$ 3,462.03	\$ 1,731.01
1	Asistente Administrativo 1	\$ 8,400.00	\$ 7,399.43	\$ 1,000.57	16.00%	\$ 160.09	\$ 594.21	\$ 754.30	\$ 7,645.70	\$ 3,822.85
1	Asistente Administrativo 2	\$ 8,400.00	\$ 7,399.43	\$ 1,000.57	16.00%	\$ 160.09	\$ 594.21	\$ 754.30	\$ 7,645.70	\$ 3,822.85
1	Veterinarios 1	\$ 8,242.50	\$ 7,399.43	\$ 843.07	16.00%	\$ 134.89	\$ 594.21	\$ 729.10	\$ 7,513.40	\$ 3,756.70
1	Veterinarios 2	\$ 8,242.50	\$ 7,399.43	\$ 843.07	16.00%	\$ 134.89	\$ 594.21	\$ 729.10	\$ 7,513.40	\$ 3,756.70
1	Adiestrador 1	\$ 9,450.00	\$ 8,601.51	\$ 848.49	17.92%	\$ 152.05	\$ 786.54	\$ 938.59	\$ 8,511.41	\$ 4,255.71

1	Adiestrador 2	\$ 9,450.00	\$ 8,601.51	\$ 848.49	17.92%	\$ 152.05	\$ 786.54	\$ 938.59	\$ 8,511.41	\$ 4,255.71
1	Adiestrador 3	\$ 9,450.00	\$ 8,601.51	\$ 848.49	17.92%	\$ 152.05	\$ 786.54	\$ 938.59	\$ 8,511.41	\$ 4,255.71
1	Cuidador 1	\$ 7,350.00	\$ 4,210.42	\$ 3,139.58	10.88%	\$ 341.59	\$ 247.24	\$ 588.83	\$ 6,761.17	\$ 3,380.59
1	Cuidador 2	\$ 7,350.00	\$ 4,210.42	\$ 3,139.58	10.88%	\$ 341.59	\$ 247.24	\$ 588.83	\$ 6,761.17	\$ 3,380.59
1	Cuidador 3	\$ 7,350.00	\$ 4,210.42	\$ 3,139.58	10.88%	\$ 341.59	\$ 247.24	\$ 588.83	\$ 6,761.17	\$ 3,380.59

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21 Pago de ISR año 3

Cantidad	Empleados	Base Gravable Mensual	Base Límite Inferior	Base para el Impuesto	%	Resultado	Cuota Fija	ISR a retener	Salario Menos ISR	Salario Quincenal
1	Gerente General	\$ 10,473.75	\$ 10,298.36	\$ 175.39	21.36%	\$ 37.46	\$ 1,090.61	\$ 1,128.07	\$ 9,345.68	\$ 4,672.84
1	Coordinador de Veterinarios	\$ 9,371.25	\$ 8,601.51	\$ 769.74	17.92%	\$ 137.94	\$ 786.54	\$ 924.48	\$ 8,446.77	\$ 4,223.39
1	Conductor 1	\$ 3,858.75	\$ 496.98	\$ 3,361.77	6.40%	\$ 215.15	\$ 9.52	\$ 224.67	\$ 3,634.08	\$ 1,817.04
1	Conductor 2	\$ 3,858.75	\$ 496.98	\$ 3,361.77	6.40%	\$ 215.15	\$ 9.52	\$ 224.67	\$ 3,634.08	\$ 1,817.04
1	Asistente Administrativo 1	\$ 8,820.00	\$ 8,601.51	\$ 218.49	17.92%	\$ 39.15	\$ 786.54	\$ 825.69	\$ 7,994.31	\$ 3,997.15
1	Asistente Administrativo 2	\$ 8,820.00	\$ 8,601.51	\$ 218.49	17.92%	\$ 39.15	\$ 786.54	\$ 825.69	\$ 7,994.31	\$ 3,997.15
1	Veterinarios 1	\$ 8,654.63	\$ 8,601.51	\$ 53.11	17.92%	\$ 9.52	\$ 786.54	\$ 796.06	\$ 7,858.57	\$ 3,929.28
1	Veterinarios 2	\$ 8,654.63	\$ 8,601.51	\$ 53.11	17.92%	\$ 9.52	\$ 786.54	\$ 796.06	\$ 7,858.57	\$ 3,929.28
1	Adiestrador 1	\$ 9,922.50	\$ 8,601.51	\$ 1,320.99	17.92%	\$ 236.72	\$ 786.54	\$ 1,023.26	\$ 8,899.24	\$ 4,449.62
1	Adiestrador 2	\$ 9,922.50	\$ 8,601.51	\$ 1,320.99	17.92%	\$ 236.72	\$ 786.54	\$ 1,023.26	\$ 8,899.24	\$ 4,449.62
1	Adiestrador 3	\$ 9,922.50	\$ 8,601.51	\$ 1,320.99	17.92%	\$ 236.72	\$ 786.54	\$ 1,023.26	\$ 8,899.24	\$ 4,449.62
1	Cuidador 1	\$ 7,717.50	\$ 7,399.43	\$ 318.07	10.88%	\$ 34.61	\$ 247.24	\$ 281.85	\$ 7,435.65	\$ 3,717.83
1	Cuidador 2	\$ 7,717.50	\$ 7,399.43	\$ 318.07	10.88%	\$ 34.61	\$ 247.24	\$ 281.85	\$ 7,435.65	\$ 3,717.83
1	Cuidador 3	\$ 7,717.50	\$ 7,399.43	\$ 318.07	10.88%	\$ 34.61	\$ 247.24	\$ 281.85	\$ 7,435.65	\$ 3,717.83

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 22 Pago de ISR año 4

Cantidad	Empleados	Base Gravable Mensual	Base Límite Inferior	Base para el Impuesto	%	Resultado	Cuota Fija	ISR a retener	Salario Menos ISR	Salario Quincenal
1	Gerente General	\$ 10,997.44	\$ 10,298.35	\$ 699.09	21.36%	\$ 149.33	\$ 1,090.61	\$ 1,239.94	\$ 9,757.50	\$ 4,878.75
1	Coordinador de Veterinarios	\$ 9,839.81	\$ 8,601.51	\$ 1,238.30	17.92%	\$ 221.90	\$ 786.54	\$ 1,008.44	\$ 8,831.37	\$ 4,415.68
1	Conductor 1	\$ 4,051.69	\$ 496.98	\$ 3,554.71	6.4%	\$ 227.50	\$ 9.52	\$ 237.02	\$ 3,814.67	\$ 1,907.33
1	Conductor 2	\$ 4,051.69	\$ 496.98	\$ 3,554.71	6.4%	\$ 227.50	\$ 9.52	\$ 237.02	\$ 3,814.67	\$ 1,907.33
1	Asistente Administrativo 1	\$ 9,261.00	\$ 8,601.51	\$ 659.49	17.92%	\$ 118.18	\$ 786.54	\$ 904.72	\$ 8,356.28	\$ 4,178.14
1	Asistente Administrativo 2	\$ 9,261.00	\$ 8,601.51	\$ 659.49	17.92%	\$ 118.18	\$ 786.54	\$ 904.72	\$ 8,356.28	\$ 4,178.14
1	Veterinarios 1	\$ 9,087.36	\$ 8,601.51	\$ 485.85	17.92%	\$ 87.06	\$ 786.54	\$ 873.60	\$ 8,213.75	\$ 4,106.88
1	Veterinarios 2	\$ 9,087.36	\$ 8,601.51	\$ 485.85	17.92%	\$ 87.06	\$ 786.54	\$ 873.60	\$ 8,213.75	\$ 4,106.88
1	Adiestrador 1	\$ 10,418.63	\$ 8,601.51	\$ 1,817.12	17.92%	\$ 325.63	\$ 786.54	\$ 1,112.17	\$ 9,306.46	\$ 4,653.23
1	Adiestrador 2	\$ 10,418.63	\$ 8,601.51	\$ 1,817.12	17.92%	\$ 325.63	\$ 786.54	\$ 1,112.17	\$ 9,306.46	\$ 4,653.23
1	Adiestrador 3	\$ 10,418.63	\$ 8,601.51	\$ 1,817.12	17.92%	\$ 325.63	\$ 786.54	\$ 1,112.17	\$ 9,306.46	\$ 4,653.23
1	Cuidador 1	\$ 8,103.38	\$ 7,399.43	\$ 703.95	10.88%	\$ 76.59	\$ 247.24	\$ 323.83	\$ 7,779.55	\$ 3,889.77
1	Cuidador 2	\$ 8,103.38	\$ 7,399.43	\$ 703.95	10.88%	\$ 76.59	\$ 247.24	\$ 323.83	\$ 7,779.55	\$ 3,889.77
1	Cuidador 3	\$ 8,103.38	\$ 7,399.43	\$ 703.95	10.88%	\$ 76.59	\$ 247.24	\$ 323.83	\$ 7,779.55	\$ 3,889.77

Fuente: Elaboración propia

4.3.3 Pago al IMSS

En la siguiente tabla se muestra el pago total mensual que los empleados de acuerdo al tipo de puesto pagarán al Instituto Mexicano del Seguro Social por concepto de la prestación del seguro social (desglose en Anexo 6.3)

Tabla 232 Pago IMSS por empleado

Cantidad	Empleados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
1	Gerente General	\$ 238.73	\$ 244.22	\$ 249.84	\$ 255.58
1	Coordinador de Veterinarios	\$ 211.12	\$ 215.98	\$ 220.94	\$ 226.02
1	Conductores	\$ 86.93	\$ 88.93	\$ 90.97	\$ 93.07
1	Asistente Administrativo	\$ 198.70	\$ 203.27	\$ 207.95	\$ 212.73
1	Veterinarios	\$ 194.98	\$ 199.46	\$ 204.05	\$ 208.75
1	Adiestradores	\$ 224.22	\$ 229.38	\$ 234.65	\$ 240.05
1	Cuidadores	\$ 173.86	\$ 177.86	\$ 181.95	\$ 186.13

Fuente: Elaboración propia

4.3.4 Cálculo de Aguinaldo por empleado

Los empleados de acuerdo a la Ley Federal del Trabajo tienen como derecho al goce de 15 días de salario como aguinaldo anual, en el siguiente cuadro se presenta el cálculo del mismo estimado a 4 años:

Tabla 24 Cálculo de aguinaldos por empleado

Cantidad	Empleados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
1	Gerente General	\$ 2,602.74	\$ 2,732.88	\$ 2,869.52	\$ 3,013.00
1	Coordinador de Veterinarios	\$ 2,328.77	\$ 2,445.21	\$ 2,567.47	\$ 2,695.84
1	Conductor 1	\$ 958.90	\$ 1,006.85	\$ 1,057.19	\$ 1,110.05
1	Conductor 2	\$ -	\$ 1,006.85	\$ 1,057.19	\$ 1,110.05
1	Asistente Administrativo 1	\$ 2,191.78	\$ 2,301.37	\$ 2,416.44	\$ 2,537.26
1	Asistente Administrativo 2	\$ -	\$ 2,301.37	\$ 2,416.44	\$ 2,537.26
1	Veterinarios 1	\$ 2,150.68	\$ 2,258.22	\$ 2,371.13	\$ 2,489.69
1	Veterinarios 2	\$ -	\$ 2,258.22	\$ 2,371.13	\$ 2,489.69
1	Adiestrador 1	\$ 2,465.75	\$ 2,589.04	\$ 2,718.49	\$ 2,854.42
1	Adiestrador 2	\$ 2,465.75	\$ 2,589.04	2718.49315	\$ 2,854.42
1	Adiestrador 3	\$ -	\$ 2,589.04	2718.49315	\$ 2,854.42
1	Cuidador 1	\$ 1,917.81	\$ 2,013.70	2114.38356	\$ 2,220.10
1	Cuidador 2	\$ 1,917.81	\$ 2,013.70	2114.38356	\$ 2,220.10
1	Cuidador 3	\$ -	\$ 2,013.70	2114.38356	\$ 2,220.10
Total		\$ 19,000.00	\$ 30,119.18	\$ 31,625.14	\$ 33,206.39

Fuente: Elaboración Propia

4.3.5 Cálculo de prima vacacional por empleado

Conforme al artículo 76 de la Ley Federal de Trabajo, los trabajadores que tenga más de un año de servicio podrán gozar de 6 días de vacaciones pagadas, aumentando dos días por cada año de antigüedad. El pago por vacaciones anuales estimado a 4 años se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 25 Pago de prima vacacional por empleado

Cantidad	Empleados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
1	Gerente General	\$ 2,216.67	\$ 2,992.50	\$ 3,840.38	\$ 4,765.56
1	Coordinador de Veterinarios	\$ 1,983.33	\$ 2,677.50	\$ 3,436.13	\$ 4,263.92
1	Conductor 1	\$ 816.67	\$ 1,102.50	\$ 1,414.88	\$ 1,755.73
1	Conductor 2	\$ -	\$ 857.50	\$ 1,157.63	\$ 1,485.62
1	Asistente Administrativo 1	\$ 1,866.67	\$ 2,520.00	\$ 3,234.00	\$ 4,013.10
1	Asistente Administrativo 2	\$ -	\$ 1,960.00	\$ 2,646.00	\$ 3,395.70
1	Veterinarios 1	\$ 1,831.67	\$ 2,472.75	\$ 3,173.36	\$ 3,937.85
1	Veterinarios 2	\$ -	\$ 1,923.25	\$ 2,596.39	\$ 3,332.03
1	Adiestrador 1	\$ 2,100.00	\$ 2,835.00	\$ 3,638.25	\$ 4,514.74
1	Adiestrador 2	\$ 2,100.00	\$ 2,835.00	\$ 3,638.25	\$ 4,514.74
1	Adiestrador 3	\$ -	\$ 2,205.00	\$ 2,976.75	\$ 3,820.16
1	Cuidador 1	\$ 1,633.33	\$ 2,205.00	\$ 2,829.75	\$ 3,511.46
1	Cuidador 2	\$ 1,633.33	\$ 2,205.00	\$ 2,829.75	\$ 3,511.46
1	Cuidador 3	\$ -	\$ 1,715.00	\$ 2,315.25	\$ 2,971.24
	Total	\$ 16,181.67	\$ 30,506.00	\$ 39,726.75	\$ 49,793.31

Fuente: Elaboración propia

Capítulo 5

Contabilidad y Finanzas



Introducción: Contabilidad y finanzas

El estudio financiero sirve para evaluar la rentabilidad de un proyecto mediante métodos de valoración que ayuden a resolver una necesidad humana en forma eficiente segura y rentable.

El desarrollo del capítulo financiero está comprendido por las premisas que el proyecto pretende alcanzar desde el punto de vista económico, tomando los parámetros del crecimiento del mercado, se hace el desarrollo de pruebas financieras, las cuales ayudaran a determinar si el proyecto es viable y redituable para su ejecución, se podrá visualizar de manera monetaria las posibles pérdidas o ganancias que el proyecto podría llegar a obtener cuando inicie operaciones y mediante una proyección a 4 años observar el comportamiento del efectivo cuando el proyecto sea puesto en marcha.

Capítulo 5: Contabilidad y Finanzas

5.1 Premisas

- ✿ Proyección a cuatro años.
- ✿ Depreciaciones y amortizaciones, basados en la Ley de ISR en el artículo 33 realizadas en un periodo de 4 años.
- ✿ Las ventas están divididos por cada tipo de servicio y el subtipo del mismo, estimadas al cálculo de la demanda con un crecimiento del mercado de 7.32%
- ✿ Los costos del servicio son calculados acorde a los insumos requeridos y su mano de obra.
- ✿ El costo de venta de los alimentos son de acuerdo al número de ventas estimadas por cliente en un mes.
- ✿ El aumento de los costos se incrementa de acuerdo a la inflación obtenida de un año anterior.
- ✿ Los gastos de combustible se determina de acuerdo a la información recolectada en internet del tipo de modelo de la camioneta a utilizar.
- ✿ Los servicios se pagan al contado, es por ello que no existen cuentas por cobrar.
- ✿ Política de inventario. 30 días.
- ✿ Política de cuentas por pagar: 30 días.
- ✿ Aumento salarial del 5% cada año.
- ✿ Se requiere financiamiento externo, ya que el capital de trabajo inicial será obtenido por el accionista principal.

5.2 Proyección de Ventas

La estimación de ingreso por proyección de ventas, fue realizada por cada uno de los servicios ofrecidos, tomando en cuenta la tasa de crecimiento anual de 7.39%, junto con los diferentes tipos de servicios que el cliente puede adquirir, los ingresos para el año uno se estiman por \$5,102,134.78 MXN. Las proyecciones de ingresos por ventas fueron realizadas mensualmente por 5 años (anexo 1.1.5), en la siguiente tabla se muestra el concentrado anual de las proyecciones de ventas.

Tabla 26 Proyección de ventas

Servicio	Tipo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Estética Canina	Raza Pequeña	\$ 599,296.39	\$ 676,750.97	\$ 763,839.12	\$ 872,602.38
	Raza Mediana	\$ 262,192.17	\$ 298,519.15	\$ 338,719.07	\$ 364,190.75
	Raza Grande	\$ 280,920.18	\$ 322,723.40	\$ 369,116.94	\$ 396,874.53
Atención Médica		\$ 374,560.24	\$ 423,574.47	\$ 478,082.43	\$ 514,034.23
Adiestramiento	Agility	\$ 124,853.41	\$ 141,191.49	\$ 159,226.91	\$ 171,200.78
	Sin hospedaje	\$ 187,280.12	\$ 211,787.23	\$ 239,041.21	\$ 257,017.11
	Hospedaje y comida	\$ 686,693.78	\$ 775,544.68	\$ 781,500.59	\$ 840,269.44
	Hospedaje sin comida	\$ 611,781.73	\$ 690,849.95	\$ 779,850.00	\$ 838,494.72
Certificación de viajes	Nacionales	\$ 19,976.55	\$ 22,859.57	\$ 22,326.18	\$ 24,005.11
	Internacionales	\$ 43,698.70	\$ 49,346.43	\$ 55,729.42	\$ 59,920.27
Hotel	Raza pequeña con alimento	\$ 259,695.10	\$ 293,258.76	\$ 287,377.52	\$ 308,988.31
	Raza pequeña sin alimento	\$ 229,730.28	\$ 260,868.08	\$ 295,293.55	\$ 317,499.62
	Raza grande con alimento	\$ 294,654.06	\$ 333,480.85	\$ 402,090.15	\$ 432,327.33
	Raza grande sin alimento	\$ 249,706.83	\$ 282,382.98	\$ 318,721.62	\$ 342,689.48
Transporte		\$ 199,765.46	\$ 228,595.74	\$ 260,553.13	\$ 280,146.73
Ferias de Adopción		\$ 53,062.70	\$ 59,838.30	\$ 68,033.32	\$ 73,149.42
Tienda		\$ 624,267.07	\$ 709,991.48	\$ 801,924.64	\$ 862,229.37
Total		\$ 5,102,134.78	\$ 5,781,563.52	\$ 6,421,425.79	\$ 6,955,639.57

Fuente: Elaboración propia

5.3 Costos de Operación

Dentro de los costos de operación se involucran todos aquellos gastos que genera la prestación de los servicios dentro de “Pethome”, se incluyen los salarios, gastos publicitarios, materia prima, así como los gastos financieros para que la empresa pueda operar correctamente. Las estimaciones están proyectadas a 60 años (anexo 1.1.6). En la tabla 27 se muestra la proyección de costos a anual.

Tabla 27 Proyección de costos

Costos Operativos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Costos Administrativos				
Sueldos	\$640,200.00	\$672,210.00	\$705,820.50	\$741,111.53
Prestaciones	\$35,181.60	\$60,625.20	\$71,352.00	\$82,999.7
Papelería	\$48,000.00	\$48,000.00	\$48,000.00	\$48,000.00
Internet, Teléfono, Televisión	\$14,388.00	\$14,388.00	\$14,388.00	\$14,388.00
Luz	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,840.00
Agua	\$1,308.00	\$1,308.00	\$1,308.00	\$1,548.00
Total	\$742,677.60	\$800,131.20	\$844,468.50	\$891,887.21
Costos de Operación				
Mantenimiento	\$18,000.00	\$19,200.00	\$20,400.00	\$21,600.00
Artículos de limpieza	\$19,800.00	\$20,400.00	\$22,200.00	\$24,000.00
Gasolina	\$824,874.43	\$836,696.20	\$840,781.70	\$844,887.15
Materia Prima	\$54,000.00	\$120,000.00	\$120,000.00	\$120,000.00
Publicidad	\$82,608.00	\$82,641.54	\$82,608.00	\$82,608.00
Total	\$999,282.43	\$1,078,937.74	\$1,085,989.70	\$1,093,095.15
Gastos Financieros				
Préstamo a corto plazo	\$414,768.53	\$400,158.01	\$0.00	\$0.00
Total	\$414,768.53	\$400,158.01	\$0.00	\$0.00
Total CA+CO	\$2,156,728.56	\$2,279,226.95	\$1,930,458.20	\$1,984,982.35

Fuente: Elaboración propia

5.4 Fuentes de financiación

Para que “Pethome” pueda iniciar operaciones requiere una inversión de \$2,207,925.00 MXN, dicha inversión incluye el valor de activos fijos y diferidos cuyos porcentajes se definen en la tabla 28 que se presenta a continuación:

Tabla 28 Fuentes de financiación

Concepto	Inv Fija	Inv. Diferida	Capital Trabajo	Total	%
Socios	\$ 1,511,560.00	\$ 146,365.00	\$ -	\$ 1,657,925.00	75.1%
Créditos		\$ 550,000.00	\$ -	\$ 550,000.00	24.9%
Donaciones		\$ -	\$ -	\$ -	0.0%
Total	\$ 1,511,560.00	\$ 696,365.00	\$ -	\$ 2,207,925.00	100%

Fuente: Elaboración propia

5.5 Balance General

En el Balance General se demuestra que la empresa Pethome no tiene endeudamiento, se presentan dos balances generales para la realización de dicho proyecto, el primero contempla la inversión inicial y el segundo las operaciones realizadas en el primer año de actividades.

Tabla 29 Balance General Año 0

ACTIVOS

ACTIVOS CORRIENTES	
Caja y Bancos	\$5,102,134.78
Inventario	\$71,527.04
<hr/>	
Total activos corrientes	\$ 5,173,661.82
<hr/>	
OTROS ACTIVOS	
Construcción	\$880,000.00
Maquinaría y Mobiliario	\$137,409.00
Materia Prima	\$824,874.43
Equipo de Transporte	\$304,000.00
Mobiliario y equipo de oficina	\$96,050.00
Alberca	\$40,000.00
Publicidad	\$82,608.00
Depreciaciones	-\$167,392.50
<hr/>	
Total otros activos	\$2,197,548.93
<hr/>	
TOTAL ACTIVOS	\$7,371,210.75

PASIVOS

PASIVOS CORRIENTES	
Proveedores	\$54,000.00
<hr/>	
TOTAL PASIVOS CORRIENTE	\$54,000.00
<hr/>	
PASIVO NO CORRIENTE	
Deudas a largo plazo	\$414,769.00
<hr/>	
TOTAL OTROS PASIVOS	\$414,769.00
<hr/>	
TOTAL PASIVOS	\$ 468,769.00
<hr/>	
Capital Contable	
<hr/>	
Capital Social	\$2,197,548.93
Utilidad Neta	\$4,102,852.00
Utilidades retenidas	\$602,040.82
TOTAL CAPITAL CONTABLE	\$6,902,441.75
TOTAL CC + PASIVO	\$7,371,210.75

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en el balance anterior, el resultado del ejercicio no representa pérdidas para la empresa, el balance del año 0 se realizó con los datos de la inversión inicial, contemplando los primeros activos y pasivos que tendrá la empresa al iniciar el ejercicio.

En el balance del año 1 se presenta el resultado del ejercicio cuando existen las primeras ventas anuales de la empresa “**Pethome**”, tomando en cuenta las deudas a largo plazo que son tomadas en cuenta por el crédito bancario que se solicitó para iniciar operaciones.

Tabla 30 Balance General Año 1

Balance General Año 1	
ACTIVOS	PASIVOS
ACTIVOS CORRIENTES Caja y Bancos \$5,102,134.78 Inventario \$71,527.04 Total activos corrientes \$ 5,173,661.82	PASIVOS CORRIENTES Proveedores \$54,000.00 TOTAL PASIVOS CORRIENTE \$54,000.00
OTROS ACTIVOS Construcción \$880,000.00 Maquinaria y Mobiliario \$137,409.00 Materia Prima \$824,874.43 Equipo de Transporte \$304,000.00 Mobiliario y equipo de oficina \$96,050.00 Alberca \$40,000.00 Publicidad \$82,608.00 Depreciaciones -\$167,392.50 Total otros activos \$2,197,548.93	PASIVO NO CORRIENTE Deudas a largo plazo \$414,000.00 TOTAL OTROS PASIVOS \$414,000.00 TOTAL PASIVOS \$ 468,000.00
TOTAL ACTIVOS \$7,371,210.75	Capital Contable Capital Social \$2,197,548.93 Utilidad Neta \$4,102,852.00 Utilidades retenidas \$602,809.82 TOTAL CAPITAL CONTABLE \$6,903,210.75 TOTAL CC + PASIVO \$7,371,210.75

Fuente: Elaboración propia

5.6 Estados financieros proyectados

5.6.1 Flujo de efectivo

En la tabla 31 se presenta el Flujo de Efectivo proyectado a 5 años y que permite a “**Pethome**” determinar su capacidad para generar efectivo, con el cual pueda cumplir con sus obligaciones y con proyectos de inversión y de expansión. En el año cero, la empresa, no presentará saldo, debido a que todas las entradas son iguales que las salidas por todos los gastos y adquisiciones que se realizaron por la inversión que se realizaría antes de arrancar con el proyecto.

A partir del año 1, “**Pethome**” comenzará a generar flujo de efectivo, cuando tiene ventas al contado, las cuales representan las entradas, en cuanto a sus gastos (salidas) se tiene lo que son costos de producción, gastos de administración, ISR, PTU, que son conceptos que se tomaran durante toda la vida de la empresa, para ver si el efectivo que se generará es positivo y beneficia a sus socios.

Por lo que se observa en la tabla la empresa aumenta su saldo, mostrando una gran liquidez a lo largo de cinco años de funcionamiento. Por otro lado, también se observa, que en un largo periodo no requerirá de más préstamos porque es autosuficiente para poder cubrir los gastos.

Tabla 31 Flujo de Efectivo "Pethome"

Flujo de Efectivo					
Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Entradas					
Aportaciones socios	\$ 1,596,200.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Créditos Bancarios	\$ 550,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventas al Contado	\$ -	\$ 5,102,134.78	\$ 5,781,563.52	\$ 6,421,425.79	\$ 6,955,639.57
Caja Inicial	\$ -	\$ -	\$ 1,653,205.94	\$ 3,614,184.63	\$ 6,158,926.18
Total	\$ 2,146,200.00	\$ 5,102,134.78	\$ 7,434,769.46	\$ 10,035,610.42	\$ 13,114,565.75
Salidas					
Inversión Fija	\$ 1,511,560.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión Diferida	\$ 146,365.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cto de Producción	\$ -	\$ 999,282.43	\$ 1,078,937.74	\$ 1,085,989.70	\$ 1,093,095.15
Gastos de Admon	\$ -	\$ 742,677.60	\$ 800,131.20	\$ 844,468.50	\$ 891,887.21
Gastos Financieros	\$ -	\$ 414,768.53	\$ 400,158.01	\$ -	\$ -
ISR	\$ -	\$ 972,304.80	\$ 1,167,230.43	\$ 1,513,251.28	\$ 1,681,142.65
PTU		\$ 319,895.47	\$ 374,127.46	\$ 432,974.76	\$ 480,943.72
Total Salidas	\$ 1,657,925.00	\$ 3,448,928.84	\$ 3,820,584.83	\$ 3,876,684.24	\$ 4,147,068.73
Saldo	\$ 488,275.00	\$ 1,653,205.94	\$ 3,614,184.63	\$ 6,158,926.18	\$ 8,967,497.02

Fuente: Elaboración propia

“Pethome” será una empresa que contará con liquidez suficiente para poder financiar los gastos incurridos en las operaciones de la empresa, en la inversión y financiamiento. Además de que puede afrontar problemas económicos durante los cinco años o bien utilizar los recursos para reinvertir dentro de las instalaciones. En el anexo 1.1.7 se puede observar las proyecciones del flujo de efectivo mensual de los primeros dos años.

5.6.2 Estado de resultados

El Estado de Resultados que se presenta en la tabla 32 da a conocer las pérdidas y ganancias que se tendrán dentro de “**Pethome**” durante su ejercicio fiscal, dicho esto se puede observar que para dicha empresa en su primer año genera ganancias considerables para poder ofrecer sus servicios , con una utilidad aproximada de \$ 1,906,828.62 MXN en el primer año hasta llegar al año quinto con una utilidad eta aproximada de \$ 2,641,795.59 MXN, esto deja en claro que a pesar del préstamo solicitado al banco; la empresa presenta solvencia económica como para cubrir los gastos operativos durante el ejercicio fiscal. En el anexo 1.1.8 se puede observar la proyección del estado de resultados de los primeros 24 meses.

Tabla 32 Estado de Resultados "Pethome"

Estado de Resultados				
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ventas Totales	\$ 5,102,134.78	\$ 5,781,563.52	\$ 6,421,425.79	\$ 6,955,639.57
Costo de lo Vendido	\$ 999,282.43	\$ 1,078,937.74	\$ 1,085,989.70	\$ 1,093,095.15
Utilidad Bruta	\$ 4,102,852.35	\$ 4,702,625.78	\$ 5,335,436.09	\$ 5,862,544.42
Gastos de Admon	\$ 742,677.60	\$ 800,131.20	\$ 844,468.50	\$ 891,887.21
Gastos Financieros	\$ 414,768.53	\$ 400,158.01	\$ -	\$ -
Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 167,392.50	\$ 167,392.50	\$ 167,392.50	\$ 167,392.50
Utilidad antes del ISR	\$ 2,778,013.72	\$ 3,334,944.07	\$ 4,323,575.09	\$ 4,803,264.71
ISR	\$ 593,383.73	\$ 1,167,230.43	\$ 1,513,251.28	\$ 1,681,142.65
PTU	\$ 277,801.37	\$ 333,494.41	\$ 432,357.51	\$ 480,326.47
Utilidad Neta	\$ 1,906,828.62	\$ 1,834,219.24	\$ 2,377,966.30	\$ 2,641,795.59

Fuente: Elaboración propia

5.7 Razones e Indicadores de evaluación Financiera del proyecto

5.7.1 Razones de Liquidez

En la tabla 33 se muestran las razones financieras, las cuales muestran la relación de las cuentas del balance general dando evidencia de la situación de liquidez , actividad, solvencia y rentabilidad que “Pethome” tendrán en el año 1 después de haber iniciado actividades. Dichas razones se realizaron con las cuentas obtenidas del balance general del año 1 cuando ya se generaron ventas.

Tabla 33 Razones de Liquidez "Pethome"

Razón Financiera	Total	Total
Capital de Trabajo	\$5.30	La empresa cuenta con \$5.30 de activos circulantes para pagar \$1.00 de pasivos a corto plazo
Índice de Solvencia	\$95.81	La empresa dispone de \$95.81 de activos circulantes por cada peso de pasivo corriente
Prueba ácida	\$94.48	Por cada peso que la empresa adeuda a corto plazo, cuenta solo con \$94.48 pesos para hacerles frente considerando los activos circulantes a corto plazo excepto inventarios.
Rotación de Inventarios	35.61	35 veces se han vendido los inventarios medios de mercancías en el periodo a que se refiere al costo de ventas
Rotación de cartera	0.00	La empresa tarda 0 días en recuperar su cartera o cuentas por cobrar comerciales
Rotación de cuentas por pagar	8.30	El saldo promedio de cuentas por cobrar ha sido liquidado 12.52 veces durante el ejercicio, por lo tanto en promedio cada 29 días se logra la recuperación
Razón de liquidez	12.30	La empresa cuenta con \$12.30 de efectivo, para pagar \$1.00 de pasivos a corto plazo
Rotación de cuentas por cobrar	0.00	"Pethome recupera el promedio de sus saldos en cuentas por cobrar proveniente de las ventas de mercancías y/o servicios 0 veces al año
Rotación de inventarios	10.25	La empresa vende el inventario promedio de mercancías 10.25 veces al año.
Razón de plazo medio de ventas	35.12	La empresa vende en promedio cada 36 días su inventario
Margen de utilidad	0.26	Por cada peso de ventas netas, la empresa obtiene \$.26 de utilidad neta
Ciclo de conversión de efectivo	26.13	"Pethome" generaría un CCE de 26 días en el que un peso queda invertido en activos circulantes

Fuente: Elaboración propia con información de (Esparza Ortíz, 2010)

5.7.2 Razón de Apalancamiento

Tabla 34 Razones de apalancamiento y solvencia

Razón Financiera	Formula	Total	Interpretación
Endeudamiento	$\frac{(\text{Pasivo Total})}{\text{Activo Total}} \times 100\%$ $= \$ \text{ de pasivo por cada } \$ \text{ de activo}$	6%	Solo el 6% del activo total es financiado por entidades externas por el pasivo total de la empresa, el resto se realiza por intermedio del patrimonio de la misma
Inversión propia	$\frac{(\text{Capital Cont})}{\text{Activo Total}} \times 100\%$ $= \$ \text{ de CC por cada } \$ \text{ de activo}$	94%	La participación de la inversión de los accionistas en total de los activos de la empresa es del 94%
Apalancamiento	$\frac{(\text{Pasivo Total})}{\text{Capital Contable}} \times 100\%$ $= \$ \text{ de PT por cada } c/\$ \text{ de CC}$	\$1.07	Por cada peso que la empresa tiene, "Pethome" se ha endeudado \$1.06

Fuente: Elaboración propia con información de (Esparza Ortíz , 2010)

5.7.3 Rendimiento del capital (ROE) y rendimiento del activo (ROA)

Tabla 35 ROE y ROA

Razón Financiera	Formula	Total	Interpretación
ROA	$\frac{(\pi \text{ obtenido por la empresa antes de intereses e i})}{\text{Activo Total}}$	97%	La utilidad neta, respecto al activo total; correspondió al 97% en el primer año
ROE	$\frac{(\text{Beneficio Neto después de Impuestos})}{\text{Capitales propios.}}$	231%	Los socios de la empresa obtuvieron un rendimiento sobre su inversión del 231%.

Fuente: Elaboración propia con información de (Diez Torca, 2010)

5.7.4 Indicador de productividad: Índice de crecimiento de ventas

Tabla 36 Indicadores de productividad

Razón Financiera	Total	Interpretación
Índice de crecimiento de ventas	45%	La utilidad neta con respecto al activo total, corresponde al 45%. O bien 1 peso invertido en el activo total, generó 45 pesos de utilidad neta
Rotación de activos de venta	1.21	Pethome coloca dentro del mercado 1.21 veces el valor invertido en activo fijo
Apalancamiento Financiero	3.44	El resultado es superior a 1, por lo que Pethome resulta interesante como empresa aumentar el importe de la inversión.
Sistema Dupont	37%	Según la información financiera trabajada en el índice Dupont nos da una rentabilidad del 37%, de donde se puede concluir que el rendimiento más importante fue debido a la eficiencia en la operación de los activos

Fuente: Elaboración propia con información del Instituto Nacional de Contadores Públicos de Contabilidad

5.7.5 Margen neto y margen de operación

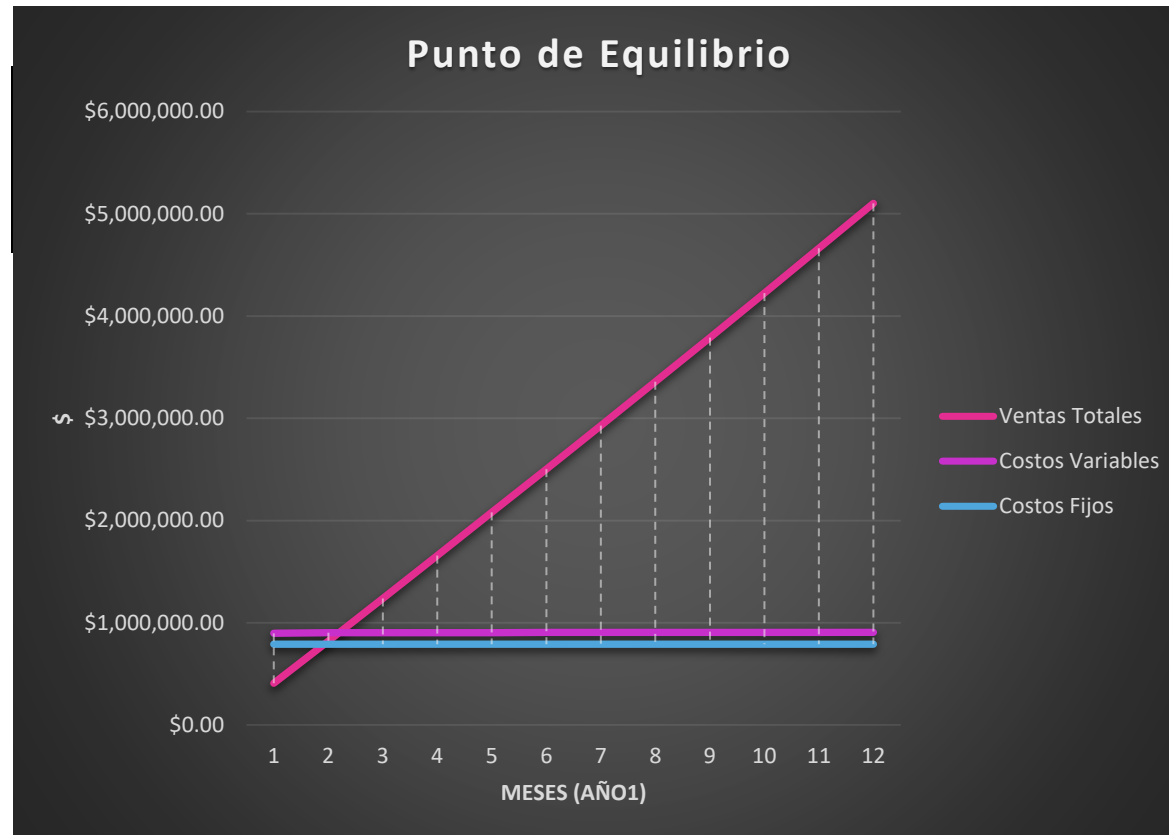
Tabla 7 margen neto y margen operación

Razón Financiera	Total	Total
Margen Neto	37%	Por cada peso vendido en el año 1 se reportaron 37 centavos de utilidad operacional.
Margen de Operación	54%	Por cada peso vendido en el año 1 se reportaron 54 centavos de utilidad operacional.

Fuente: Elaboración propia con información de (Esparza Ortíz, 2010)

5.7.6 Punto de Equilibrio

Gráfica 15 Punto de equilibrio



Fuente: Elaboración propia

Punto de Equilibrio
\$ 1,079,455.67

Para calcular este punto se requirió del análisis de los costos fijos, costos variables y de las ventas totales, el cual nos muestra a partir de \$1,079,455.67 “Pethome” comienza a generar ganancias, dicha su aplicación debe ser muy importante, ya que este punto mostrara el equilibrio que deben de haber antes de las pérdidas y las ganancias de la empresa. Una vez ubicado el punto de equilibrio, podemos enfatizar, que una unidad menos en ventas provocará pérdidas a la empresa.

5.8 VPN

Tabla 38 VPN

Año	Flujo de efectivo	VPN
0	-\$1,550,000.00	\$1,520,737.21
1	\$1,653,205.94	\$5,463,871.47
2	\$3,614,184.63	\$7,439,409.93
3	\$6,158,926.18	\$9,487,584.27
4	\$8,967,497.02	\$8,967,497.02

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 38 los valores arrojados para el valor presente neto es positivo por lo cual se acepta el proyecto y la inversión, debido a que la empresa está generando valores favorables, es decir supera la rentabilidad mínima esperada.

5.9 TIR

Tabla 39 TIR

TIR	
Año 1	100%
Año 2	118%
Año 3	153%
Año 4	169%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla 39 se puede observar que existe una tasa de retorno de la inversión del 100% en el primer año aumentando considerablemente hasta el año 4 con una tasa del 169%, gracias al buen uso de los activos de la empresa.

5.10 Costo de capital promedio ponderado (WACC)

Tabla 10 WACC

WACC		
Razón	Dato	WACC
Deuda	\$814,926.54	109%
Activo	\$7,371,210.75	
TIO	1.00	
Impuestos	0.16	
Patrimonio	\$7,371,210.75	

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla 40 el costo promedio del capital de “Pethome” es de 109%. La estructura financiera de la empresa con deuda y patrimonio está obteniendo 109% con ambos ingresos de financiación.

5.11 Período de recuperación de la inversión

Tabla 11 Período de recuperación de la inversión

Periodo de recuperación de la inversión		
Razón	PRI	PRI
Inversión Inicial	0.76	8 Meses
Utilidad Anual Promedio		

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 41 la inversión se recupera después de 8 meses de haber iniciado operaciones, generando considerables ganancias a partir del noveno mes después de haber recuperado la inversión inicial.

Conclusiones financieras

- ✿ Una vez concluido el análisis financiero y el estudio de mercado se puede determinar que el proyecto es viable para su implementación e inicio de operaciones, ya que de acuerdo al análisis de oferta y demanda. Existe un nicho de mercado con cliente potenciales, que buscan un lugar que cuente con servicios integrales veterinarios. De la misma forma, “**Pethome**” buscando satisfacer dicha demanda iniciaría operaciones con una capacidad instalada promedio del 30%.
- ✿ La inversión que se requerirá para poner en marcha “**Pethome**” será de \$2,207,925.00 MXN, los mismos que se invertirán en activos fijas la cantidad de \$1,539,674.00 MXN y en activos corrientes \$876,652.00 MXN
- ✿ El 75.1% será financiando por los accionistas y el 24.1% equivalente a \$550,000 MXN sin intereses serán financiado por un banco nacional con una tasa anual del 33% con pagos mensuales en un periodo de 24 meses
- ✿ El análisis del estado de resultados nos indica que en el primer año la empresa generará una utilidad neta de \$1,906,828.62 MXN para el primer año de operaciones, al término del 4to año la empresa generará ganancias por \$2,641,795.59 MXN.
- ✿ El punto de equilibrio indica que para el primer año, “Pethome” deberá de generar ventas totales de \$3,358,619.59 MXN en función a la prestación de los diversos servicios, en este punto el centro integral recupera la inversión inicial en un lapso de 8 meses, donde a partir del noveno mes se empiezan a generar utilidades para los accionistas.
- ✿ El VAN del proyecto para el año 1 es de \$1,520,737.21 MXN al ser mayor a 1 el proyecto es viable para invertir en él. De igual manera la TIR es del 100% lo que representa una tasa superior al costo de oportunidad por lo que es conveniente invertir en el proyecto.

Síntesis

- ✿ Es recomendable la implementación y puesta en marcha de la clínica y pensión de servicios integrales en el cuidado y atención especializada de caninos, por la factibilidad y rentabilidad demostrada en el estudio financiero, beneficio de la inversionista y del nicho de mercado al cual va dirigido.
- ✿ Al ponerse en ejecución el presente proyectos e debe de tener en cuenta la actualización de costos de acuerdo a la inflación y al tiempo de planificación.
- ✿ Una vez posicionado “Pethome” en Lerma, ofreciendo sus servicios al mercado de Lerma, Metepec y Toluca; a través de una adecuado Marketing, se proyectará una mejora para aumentar la capacidad instalada y satisfacer la demanda de los clientes potenciales
- ✿ La empresa genera una oportunidad para crear empleos de profesionistas que se desempeñan en dicho sector, creando posibilidades de desarrollo laboral para los empleados.
- ✿ Se busca concientizar a la sociedad con la difusión de la ferias de adopción con el fin de que los clientes integren a una mascota al núcleo familia.

Conclusiones finales

Dentro de las principales características del mercado es importante tomar en cuenta la encuesta aplicada donde la mayoría de la población tiene un perro por mascota, derivado de ello los servicios que más requieren son los de hospedaje, estética, transporte, cuidado de médico y tienda, enfocado en tratamientos personalizados y de calidad.

La competencia para estos servicios es general ya que sus locaciones no son próximas a donde **“Pethome”** se instalaría, dedicados a servicios básicos caninos, tales como estética o consultorios médicos veterinarios y que a nivel local los lugares que ofrecen este tipo de servicios en conjunto son reducidos, a pesar de que dichos establecimientos ya se encuentran posicionados dentro del mercado, la diferencia de costos permite que **“Pethome”** sea una opción viable y tentativa para los clientes potenciales.

La estructura de los costos es sencilla debido a que se contempla la materia prima y salarios, se limita a la prestación de productos y mano de obra en una cantidad definida, y los principales costos son ligados al personal y a los proveedores, el nivel de inventarios es del 50%, teniendo como respaldo la mitad del producto solicitado, el costo de maquinaria es económico y accesible para su disponibilidad, el montaje y la locación es apta para prestar el mejor de los servicios, describiendo el desarrollo de los mismos dentro del plan de negocios.

Al hablar de los costos variables, se relacionan a los servicios de tienda, peluquería, transporte y mantenimiento del establecimiento ya que los costos dependen de la inflación de precios debido a la oferta y demanda de los productos, así como de servicios veterinarios cuya contratación es variable de acuerdo a la cantidad de clientes que acudan al servicio y a la época del año.

Desde el punto de vista financiero se concluye numéricamente que el plan de negocios refleja una alta liquidez, en rentabilidad operativa y en el comportamiento de sus indicadores financiero. Como observación especial se hace énfasis a que debido a la naturaleza de la empresa los servicios tienen una gran capacidad de generar ganancias disponibles haciendo un incremento constante en el patrimonio de los socios, siendo así que el capital que se pide como financiamiento es posible liquidarlo en el segundo año sin afectar los activos de la empresa.

Legalmente no hay restricciones o limitaciones para la creación de la empresa ya que los requisitos mínimos gubernamentales para la creación, operación y ofrecimiento de servicios para mascotas, no existen regulaciones de peso que limiten los aspectos operativos, Por tanto se concluye que

este mercado es de libre oferta, en el cual los clientes potenciales definirán la sobrevivencia del negocio.

El proyecto es viable desde el punto de vista del mercado, los clientes potenciales están adoptando cada día la opción de constituir un núcleo familiar con una mascota, en este caso con un canino, lo cual **“Pethome”** considera para su apertura, además de que los mismos tienen gustos tendenciales hacia lo *premium* el poder adquisitivo que manejan, les ayuda para poder adquirir servicios de alta gama y calidad. La relación entre la aceptación del mercado de una empresa dedicada y especializada hacia caninos con servicios múltiples en una sola locación y con facilidades de acceso más el análisis financiero, determinan que si el plan de negocios **“Pethome”** fuera lanzado al mercado, desde el primer año sería redituable para los socios.

Anexos y Referencias

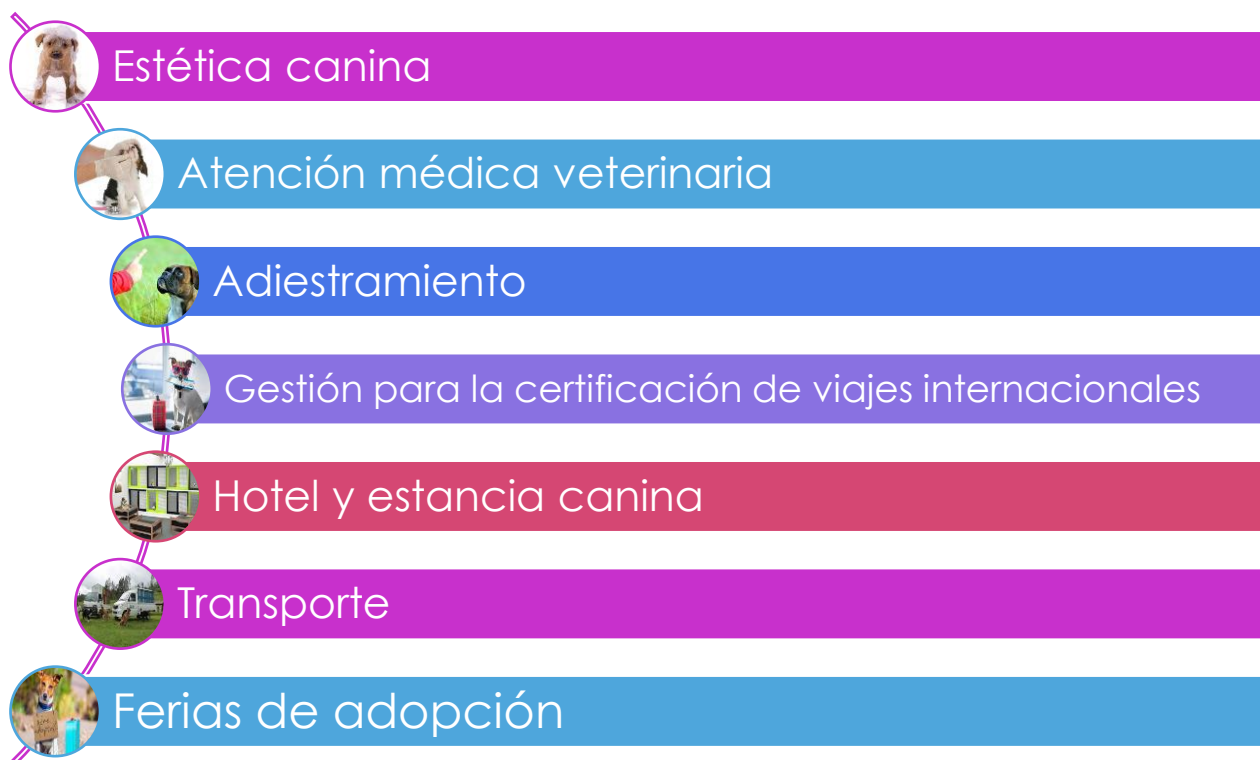


Anexos

1.1.1 Portafolio de servicios

El servicio que brinda "**Pethome**" es de tipo veterinaria en coordinación con estancia y hotel canino, buscando la total satisfacción de sus dueños, así como el completo desarrollo y cuidado de los canes. Es por ello que ofrece una completa gama de servicios que a continuación se presenta:

Pethome



Fuente: Elaboración propia

Nuestra oferta de servicios se compromete con el cuidado de las mascotas, incluye servicios integrales que ayuda al bienestar de nuestros clientes, dándoles confiabilidad, seguridad y eficiencia, siempre respetando la integridad de los perros que nos visitan.

Misión

"Pethome" es creado para brindar bienestar y atención personalizada a cada can a través de asistencia de calidad técnica y con calidez humana.

Visión

Ser líder en el mercado canino, incidiendo con acciones en la problemática de la búsqueda de espacios en servicios de estancia así como de servicios médicos veterinarios y complementarios, con la premisa de brindar a los clientes un servicio con diferenciación y respaldo profesional a través de la capacitación constante y enfocada a la satisfacción y bienestar de los canes en todas las edades.



Estética Canina y Spa

El mejor look para tu mascota...

"Pethome" cuenta con personal capacitado para la atención de la estética canina como medio indispensable para conseguir la higiene de los canes preservando así la salud de nuestros clientes.

Ofrecemos tratamientos de baños guiados a cada tipo de pelaje, o acorde al estado actual del animal, se masajea, se cepilla y se enjuaga con abundante agua para evitar residuos.

Se realizará el corte de uñas y secado apropiado, siempre protegiendo con un bálsamo la piel de los perros para evitar quemaduras, cepillándolos posteriormente para después darle estilo a su pelaje.

Nuestros profesionales utilizan equipos de alta tecnología y productos hipo alérgicos para el cuidado de su piel, con el fin de lograr el bienestar y un look apropiado para los perros, se encargarán de realizar las técnicas apropiadas para cada raza y darle el mejor aspecto a su corte, enfocándonos en las necesidades individuales para cada uno de nuestros pacientes.

Además contamos con un amplio catálogo de cortes, del cual los dueños podrán escoger el mejor aspecto para su mascota, podrán escoger los accesorios adecuados para que sus perros luzcan el mejor look.



Tecnología Innovadora

Cuidado personalizado

Mascotas Felices

Servicio de calidad 5 huellas





Atención médica veterinaria

Mascotas sanas, mascotas felices...

"Pethome" ofrece a sus clientes programas de excelencia de medicina preventiva, tales como la aplicación de vacunas de los laboratorios con mayor reconocimiento buscando que los medicamentos de encuentren en las mejores condiciones para ser aplicados.

Contamos con médicos veterinarios expertos en diferentes ramas y técnicas, con el fin de llegar a los diagnósticos que permitirán orientar los tratamientos de manera oportuna, llevando siempre un expediente clínico que permita conocer la evolución de nuestros canes.

Además de ello, nos comprometemos con el diagnostico de conductas no apropiadas y mediante tratamientos conductuales corregir enfermedades degradantes que impidan la relación de los canes con sus dueños y con su manada.

Al igual nos comprometemos con nuestros clientes geriátricos, ayudando a los dueños con técnicas y cuidado que ayuden a mejorar la calidad de vida de su mascota de acuerdo a su edad adulta.

Medicina Preventiva

Consulta especializada

Etología



Adiestramiento

Desarrollando inteligencia para nuestros perros...



Nuestros cursos están diseñados para que nuestros canes logren un gran número de metas y objetivos, siempre pensado en las características físicas y temperamentales de nuestros clientes. Consiguiendo unir a cachorros y dueños sana y duradera.

Dichos comportamientos son reforzados con sus amos para que la educación lograda en el can sea constante, con el fin de crear una armonía de órdenes y refuerzos dentro de su entorno familiar

Se busca la implementación de la psicología positiva, donde el can mediante técnicas y entornos diferentes se busque la prevención de conductas que en ocasiones los propietarios no pueden controlar.

Además del adiestramiento conductual, se busca apoyar al can con capacidades competitivas escenificando las pruebas y ayudando al can a la memorización de las mismas. A su vez busca las habilidades para aquellos perros de asistencia emocional o para personas con discapacidades. Ya sea caninos para adopción o dueños que buscan lograr estas metas con sus mascotas.



Preadiestramiento

Psicología Positiva

Mejores cachorros

Desarrollo de habilidades

Certificación

internacional

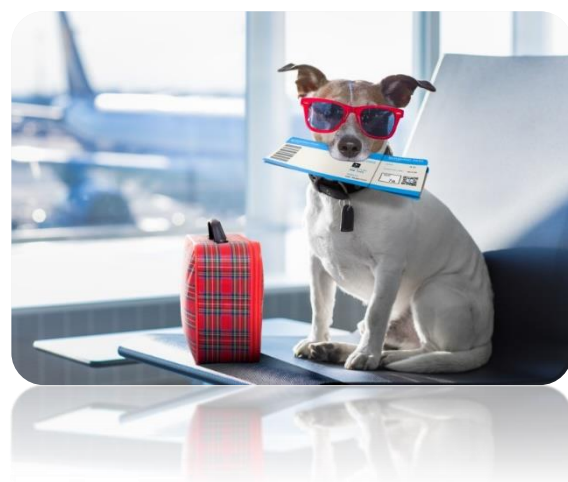
Viaja con tu perro, viaja feliz...

Para viajar con tu cachorro debes de garantizar la salud de tu mascota, y de los animales que viven en la zona. Para ellos debes de cumplir con las especificaciones que las instituciones gubernamentales te solicitan.

"Pethome" con ayuda de dichas instituciones facilitará tus planes vacacionales. A la hora de viajar SAGARPA - SENASICA si tu can está en óptimas condiciones para viajar, es por ello que dentro de las instalaciones, se valorará a nuestro cliente canino y se expedirá un certificado membretado y firmado por nuestros especialista, garantizando su salud para viajar.

Además, te apoyamos con consejos básicos para volar, ya que hoy en día existen aerolíneas Pet friendly en las que tu mascota puede abordar.

Tu mascota es tu mejor amigo... ¡No lo dejes solo en casa!



Preveé

Garantiza

Viaja

Disfruta

Hotel y estancia canina

El mejor hotel 5 huellas...

Como una empresa comprometida con el cuidado animal, "Pethome" ofrece servicios integrales que harán sentir a los cachorros como en casa.

Nuestro personal especializado brindará el mejor cuidado a los canes durante su estancia, brindándoles amor y atenciones como sus dueños lo harían.

Contamos con espacios confortables, climatizados y con video vigilancia, nuestros huéspedes estarán llenos de actividades, donde el aburrimiento no es opción durante su estadía.

Además de un grato hospedaje, los canes estarán llenos de actividades ya que el personal realizará actividades de recreación de acuerdo a la característica de las razas y a su tipo de energía. Se complementará con sesiones de entrenamiento para reforzar sus habilidades y con actividades acuáticas.

Su salud es prioridad, es por ello que se realizarán chequeos médicos para su ingreso y salida de nuestras instalaciones, acompañado de una rica sesión de estética y spa, para que nuestros huéspedes se vayan contentos y felices.



Instalaciones cómodas

Enormes Jardines

Alberca

Hotel 5 huellas



Transporte



Comodidad

Grandes tarifas

Excelente cuidad

Transporte de Calidad

Traslado seguro para tu mascota...

"Pethome" ofrece a sus clientes un servicio integral puerta a puerta, logrando que las mascotas se sientan cómodas y seguras dentro de nuestro transporte.

Contamos con camionetas equipadas con espacios óptimos y confortables, Desde un inicio nos comprometemos a que el la experiencia a bordo sea la más adecuada durante el traslado a nuestras instalaciones.

Nuestro personal, además de ser la carta de presentación en sus hogares, buscará tener la mejor interacción con sus caninos, esto ayudará a que la experiencia de viajar sin sus amos no sea estresante.

El servicio de transporte podrá ser utilizado para citas médicas, estancia canina o compra de alimento y accesorios.



Ferias de adopción

Encuentra un amigo para toda la vida...



Comprometidos con el cuidado de los animales, "Pethome" realiza labores altruistas en el rescate de perros abandonados o que viven en condiciones poco óptimas.

Es por ello que con el apoyo de fundaciones y voluntarios ayudamos con el rescate, cuidado temporal y adopción de perros para encontrar un nuevo hogar y una nueva familia.

Con la asistencia de casas temporales y ferias de adopción buscamos dueños comprometidos con el cuidado de las mascotas.

Nuestras ferias de adopción, tendrán un desfile magnifico con cada uno de los canes, exhibiciones, promociones de los servicios y fundaciones que buscan los mismos fines; fomentar la adopción responsable.

Además de ayudar con el proceso de adopción, encontrarás una zona de venta de todo tipo de productos que van desde juguetes hasta comida, todo a costos más accesibles, que podrás encontrar también en la tienda



1.1.1 Costos por servicio

1.1.1.1 Estética Canina

Tablas 42,43,44 Costos desglosados del servicio de estética canina por tamaño de raza

Raza Pequeña		Raza Media		Raza Grande	
Concepto/Período	Miles de pesos (\$)/ mes	Concepto/Período	Miles de pesos (\$)/ mes	Concepto/Período	Miles de pesos (\$)/ mes
I. Costos Fijos		I. Costos Fijos		I. Costos Fijos	
Calentador Solar	\$ 708.00	Calentador Solar	\$ 708.00	Calentador Solar	\$ 708.00
Agua	\$ 109.00	Agua	\$ 109.00	Agua	\$ 109.00
Luz	\$ 300.00	Luz	\$ 300.00	Luz	\$ 300.00
Total	\$ 1,117.00	Total	\$ 1,117.00	Total	\$ 1,117.00
Salarios		Salario		Salario	
Salario estética	\$ 5,500.00	Salario estética	\$ 5,500.00	Salario estética	\$ 5,500.00
Total	\$ 5,500.00	Total	\$ 5,500.00	Total	\$ 5,500.00
II. Costos Variables		II. Costos Variables		II. Costos Variables	
Champú Canino 50 ml	\$ 333.00	Champú Canino 75 ml/ perro	\$ 750.00	Champú Canino 100 ml	\$ 834.00
Set de estética canina	\$ 399.00	Set de estética canina	\$ 399.00	Set de estética canina	\$ 399.00
Peine Canino	\$ 89.00	Peine Canino	\$ 89.00	Peine Canino	\$ 89.00
Lima para uñas caninas	\$ 93.00	Lima para uñas caninas	\$ 93.00	Lima para uñas caninas	\$ 93.00
Cepillo para nudos	\$ 75.00	Cepillo para nudos	\$ 75.00	Cepillo para nudos	\$ 75.00
Acondicionador 25ml	\$ 118.00	Acondicionador 35ml	\$ 247.00	Acondicionador 45ml	\$ 265.00
Total	\$ 1,107.00	Total	\$ 1,653.00	Total	\$ 1,755.00
Costo Total	\$ 7,724.00	Costo Total	\$ 8,270.00	Costo Total	\$ 8,372.00
Perros por mes	50	Perros por mes	60	Perros por mes	50
Costo Unitario	\$ 154.48	Costo Unitario	\$ 137.83	Costo Unitario	\$ 167.44
Precio Público	\$ 300.00	Precio Público	\$ 350.00	Precio Público	\$ 450.00
Margen de Utilidad	\$ 145.52	Margen de Utilidad	\$ 212.17	Margen de Utilidad	\$ 282.56
% de utilidad	94%	% de utilidad	154%	% de utilidad	169%
Ganancias Mensuales	\$ 7,276.00	Ganancias Mensuales	\$ 12,730.00	Ganancias Mensuales	\$ 14,128.00

Fuente: Elaboración propia

1.1.1.2 Atención Médica

Tabla 45 Costos desglosados del servicio de atención médica

Atención Médica Veterinaria	
Concepto/Período	Miles de pesos (\$) / mes
I. Costos Fijos	
Agua	\$ 300.00
Total	\$ 300.00
Salario	
Veterinario	\$ 7,850.00
Total	\$ 7,850.00
II. Costos Variables	
Estetoscopio	\$ 120.00
Estuche instrumental de diagnostico	\$ 5,500.00
Total	\$ 5,620.00
Costo Total	\$ 13,770.00
Perros al mes	60
Costo Unitario	\$ 229.50
Precio Público	\$ 500.00
Margen de Utilidad	\$ 270.50
% de utilidad	118%
Ganancia Mensual	\$ 16,230.00

Fuente: Elaboración propia

1.1.1.3 Transporte

Tabla 46 Costos desglosados del servicio de transporte

Transporte	
Concepto/Período	Miles de pesos (\$) / mes
I. Costos Fijos	
Mantenimiento	\$ 250.00
Total	\$ 250.00
Salario	
Salario Chofer	\$ 3,500.00
Total	\$ 3,500.00
II. Costos Variables	
Diesel 75 lts (\$22.16 / litro)	\$ 4,500.00
Total	\$ 4,500.00
Costo Total	\$ 8,250.00
Perros al mes	50
Costo Unitario	\$ 165.00
Precio Público	\$ 320.00
Margen de Utilidad	\$ 155.00
% de utilidad	94%
Guanacia Mensual	\$ 7,750.00

Fuente: Elaboración propia

1.1.1.4 Costos desglosados del servicio de adiestramiento

Tablas 47 y 48 1Costos desglosados del servicio de adiestramiento y agility

Agility	
Concepto/Período	Miles de pesos (\$) / mes
I. Costos Fijos	
Kit de agility	\$ 833.00
Mantenimiento	\$ 1,000.00
Certificaciones	\$ 420.00
Bote	\$ 200.00
Total	\$ 2,453.00
Salario	
Salario entrenadores	\$ 1,500.00
Total	\$ 1,500.00
II. Costos Variables	
Bolsas para desechos	\$ 200.00
Tierra	\$ 300.00
Total	\$ 500.00
Costo Total	\$ 4,453.00
Perros por mes	10
Costo Unitario	\$ 445.30
Precio Público	\$ 1,000.00
Margen de Utilidad	\$ 554.70
% de utilidad	125%
Ganancia Semanal	\$ 5,547.00
Ganancia Mensual	\$ 22,188.00

Fuente: Elaboración propia

Adiestramiento sin Hospedaje	
Concepto/Período	Miles de pesos (\$) / mes
I. Costos Fijos	
Mantenimiento	\$ 1,000.00
Bote	\$ 200.00
Certificaciones	\$ 420.00
Total	\$ 1,620.00
Salario	
Salario Entrenadores	\$ 1,000.00
Total	\$ 1,000.00
II. Costos Variables	
Bolsas para desechos	\$ 200.00
Tierra	\$ 300.00
Total	\$ 500.00
Costo Total	\$ 3,120.00
Perros por mes	30
Costo Unitario	\$ 104.00
Precio Público	\$ 500.00
Margen de Utilidad	\$ 396.00
% de utilidad	381%
Ganancia Semanal	\$ 11,880.00
Ganancia Mensual	\$ 47,520.00

Fuente: Elaboración propia

Tablas 49 y 50 Costos desglosados del servicio de adiestramiento y agility

Adiestramiento con hospedaje y comida	
Concepto/Período	Miles de pesos (\$) / mes
I. Costos Fijos	
Mantenimiento	\$ 1,000.00
Bote	\$ 200.00
Certificaciones	\$ 420.00
Calentador Solar	\$ 708.00
Agua	\$ 109.00
Luz	\$ 300.00
Bebedero	\$ 100.00
Total	\$ 2,837.00
Salario	
Salario cuidadores	\$ 7,000.00
Salario entrenadores	\$ 9,000.00
Total	\$ 16,000.00
II. Costos Variables	
Bolsas para desechos	\$ 200.00
Tierra	\$ 300.00
Champú Canino 75 ml	\$ 500.00
Lima para uñas caninas	\$ 93.00
Cepillo para nudos	\$ 75.00
Comida 2 tazas	\$ 2,800.00
Premios	\$ 800.00
Total	\$ 4,768.00
Costo Total	\$ 23,605.00
Perros por mes	10
Costo Unitario	\$ 2,360.50
Precio Público 4 semanas	\$ 11,000.00
Margen de Utilidad	\$ 8,639.50
% de utilidad	366%
Ganancias Mensuales	\$ 86,395.00

Fuente: Elaboración propia

Adiestramiento con hospedaje sin comida	
Concepto/Período	Miles de pesos (\$) / mes
I. Costos Fijos	
Mantenimiento	\$ 1,000.00
Bote	\$ 200.00
Certificaciones	\$ 420.00
Calentador Solar	\$ 708.00
Agua	\$ 109.00
Luz	\$ 300.00
Bebedero	\$ 100.00
Total	\$ 2,837.00
Salario	
Salario cuidadores	\$ 7,000.00
Salario entrenadores	\$ 9,000.00
Total	\$ 16,000.00
II. Costos Variables	
Bolsas para desechos	\$ 200.00
Tierra	\$ 300.00
Champú Canino 75 ml	\$ 500.00
Lima para uñas caninas	\$ 93.00
Cepillo para nudos	\$ 75.00
Premios	\$ 800.00
Total	\$ 1,968.00
Costo Total	\$ 20,805.00
Perros por mes	10
Costo Unitario	\$ 2,080.50
Precio Público 4 semanas	\$ 9,800.00
Margen de Utilidad	\$ 7,719.50
% de utilidad	371%
Ganancias Mensuales	\$ 77,195.00

Fuente: Elaboración propia

1.1.1.5 Certificación de viajes

Tabla 51y 52 Costos desglosados para la el servicio de certificación de viajes

Gestión para la certificación de viajes nacionales	
Concepto/Período	Miles de pesos (\$)/ mes
I. Costos Fijos	
Total	\$ -
Salario	
Total	\$ -
II. Costos Variables	
Costo trámite	\$ 50.00
Total	\$ 50.00
Costo Total	\$ 50.00
Perros al mes	5
Costo Unitario	\$ 10.00
Precio Público	\$ 320.00
Margen de Utilidad	\$ 310.00
% de utilidad	3100%
Ganancia Mensual	\$ 1,550.00

Fuente: Elaboración propia

Gestión para la certificación de viajes internacionales	
Concepto/Período	Miles de pesos (\$)/ mes
I. Costos Fijos	
Certificado Zoosanitario para Importación	\$ 2,156.22
Total	\$ 2,156.22
Salario	
Total	\$ -
II. Costos Variables	
Costo de trámite	\$ 320.00
Total	\$ 320.00
Costo Total	\$ 2,476.22
Perros al mes	1
Costo Unitario	\$ 2,476.22
Precio Público	\$ 3,500.00
Margen de Utilidad	\$ 1,023.78
% de utilidad	41%
Ganancia Mensual	\$ 1,023.78

Fuente: Elaboración propia

Tabla 54 Costos desglosados del servicio de hotel

Raza Grande sin alimento	
Concepto/Período	Miles de pesos (\$) / mes
I. Costos Fijos	
Calentador Solar	\$ 708.00
Agua	\$ 109.00
Luz	\$ 300.00
Bebedero	\$ 100.00
Mochila	\$ 100.00
Total	\$ 1,317.00
Salario	
Salario estética	\$ 7,000.00
Total	\$ 7,000.00
II. Costos Variables	
Champú Canino 75 ml	\$ 500.00
Lima para uñas caninas	\$ 93.00
Cepillo para nudos	\$ 75.00
Total	\$ 668.00
Costo Total	\$ 8,985.00
Perros por mes	40
Costo Unitario	\$ 224.63
Precio Público	\$ 500.00
Margen de Utilidad	\$ 275.38
% de utilidad	123%

Fuente: Elaboración propia

1.1.1.7 Ferias de adopción

Tabla 55 Costos desglosados del servicio de ferias de adopción

Ferias de adopción	
Concepto/Período	Miles de pesos (\$) / mes
I. Costos Fijos	
Total	\$ -
Salario	
Total	\$ -
II. Costos Variables	
Gastos veterinarios	\$ 1,200.00
Cuidados	\$ 400.00
Total	\$ 1,600.00
Costo Total	\$ 1,600.00
Perros al mes	5
Costo Unitario	\$ 320.00
Cuota de recuperación	\$ 850.00
Margen de Utilidad	\$ 530.00
% de utilidad	166%
Guanacia Mensual	\$ 2,650.00

Fuente: Elaboración propia

1.1.2 Contribución al IMSS por empleado y puesto de trabajo del año 1

Tabla 56 y 57 Contribuciones por empleado al IMSS

Gerente General		
Salario Base de Cotización	\$ 331.17	
Días del Período	30.00 días	
Salario Mínimo General	\$ 102.68	
Prima de Riesgo de Trabajo	0.54355%	
Concepto	Empleado	Empresa
Enfermedad y Maternidad		
Especie - Cuota Fija	-----	\$ 628.40
Especie - Excedente	\$ 2.78	\$ 7.63
Prestaciones en Dinero	\$ 24.84	\$ 69.55
Pensionados y Beneficiarios	\$ 37.26	\$ 104.32
Invalidez y Vida	\$ 62.09	\$ 173.86
Riesgo de Trabajo	-----	\$ 54.00
Guarderías y Prestaciones Sociales	-----	\$ 99.35
Seguros de Retiro	-----	\$ 198.70
Cesantía y Vejez	\$ 111.77	\$ 312.96
INFONAVIT	-----	\$ 496.76
IMSS Mensual	\$ 126.96	\$ 1137.12
IMSS Bimestral	\$ 111.77	\$ 511.66
INFONAVIT Bimestral	-----	\$ 496.76
Totales	\$ 238.73	\$ 2145.53

Fuente: Elaboración propia

Coordinador de Veterinarios		
Salario Base de Cotización	\$ 296.31	
Días del Período	30.00 días	
Salario Mínimo General	\$ 102.68	
Prima de Riesgo de Trabajo	0.54355%	
Concepto	Empleado	Empresa
Enfermedad y Maternidad		
Especie - Cuota Fija		\$ 628.40
Especie - Excedente	\$ 0.00	\$ 0.00
Prestaciones en Dinero	\$ 22.22	\$ 62.23
Pensionados y Beneficiarios	\$ 33.33	\$ 93.34
Invalidez y Vida	\$ 55.56	\$ 155.56
Riesgo de Trabajo	-----	\$ 48.32
Guarderías y Prestaciones Sociales	-----	\$ 88.89
Seguros de Retiro	-----	\$ 177.79
Cesantía y Vejez	\$ 100.00	\$ 280.01
INFONAVIT	-----	\$ 444.47
IMSS Mensual	\$ 111.12	\$ 1076.74
IMSS Bimestral	\$ 100.00	\$ 457.80
INFONAVIT Bimestral	-----	\$ 444.47
Totales	\$ 211.12	\$ 1979.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 58 y 59 Contribuciones por empleado al IMSS

Conductores		
Salario Base de Cotización	122.01	
Días del Período	30.00 días	
Salario Mínimo General	\$ 102.68	
Prima de Riesgo de Trabajo	0.54355%	
Concepto	Empleado	Empresa
Enfermedad y Maternidad		
Especie - Cuota Fija		\$ 628.40
Especie - Excedente	\$ 0.00	\$ 0.00
Prestaciones en Dinero	\$ 9.15	\$ 25.62
Pensionados y Beneficiarios	\$ 13.73	\$ 38.43
Invalidez y Vida	\$ 22.88	\$ 64.06
Riesgo de Trabajo	-----	\$ 19.90
Guarderías y Prestaciones Sociales	-----	\$ 36.60
Seguros de Retiro	-----	\$ 73.21
Cesantía y Vejez	\$ 41.18	\$ 115.30
INFONAVIT	-----	\$ 183.02
IMSS Mensual	\$ 45.75	\$ 813.01
IMSS Bimestral	\$ 41.18	\$ 188.51
INFONAVIT Bimestral	-----	\$ 183.02
Totales	\$ 86.93	\$ 1184.53

Fuente: Elaboración propia

Asistente Administrativo		
Salario Base de Cotización	278.88	
Días del Período	30.00 días	
Salario Mínimo General	\$ 102.68	
Prima de Riesgo de Trabajo	0.54355%	
Concepto	Empleado	Empresa
Enfermedad y Maternidad		
Especie - Cuota Fija		\$ 628.40
Especie - Excedente	\$ 0.00	\$ 0.00
Prestaciones en Dinero	\$ 20.92	\$ 58.56
Pensionados y Beneficiarios	\$ 31.37	\$ 87.85
Invalidez y Vida	\$ 52.29	\$ 146.41
Riesgo de Trabajo	-----	\$ 45.48
Guarderías y Prestaciones Sociales	-----	\$ 83.66
Seguros de Retiro	-----	\$ 167.33
Cesantía y Vejez	\$ 94.12	\$ 263.54
INFONAVIT	-----	\$ 418.32
IMSS Mensual	\$ 104.58	\$ 1050.37
IMSS Bimestral	\$ 94.12	\$ 430.87
INFONAVIT Bimestral	-----	\$ 418.32
Totales	\$ 198.70	\$ 1899.55

Fuente: Elaboración propia

Tabla 60, 61 y 62 Contribución por empleado al IMSS

Veterinario		
Salario Base de Cotización	273.65	
Días del Período	30.00 días	
Salario Mínimo General	\$ 102.68	
Prima de Riesgo de Trabajo	0.54355%	
Concepto	Empleado	Empresa
Enfermedad y Maternidad		
Especie - Cuota Fija		\$ 628.40
Especie - Excedente	\$ 0.00	\$ 0.00
Prestaciones en Dinero	\$ 20.52	\$ 57.47
Pensionados y Beneficiarios	\$ 30.79	\$ 86.20
Invalidez y Vida	\$ 51.31	\$ 143.67
Riesgo de Trabajo	-----	\$ 44.62
Guarderías y Prestaciones Sociales	-----	\$ 82.10
Seguros de Retiro	-----	\$ 164.19
Cesantía y Vejez	\$ 92.36	\$ 258.60
INFONAVIT	-----	\$ 410.48
IMSS Mensual	\$ 102.62	\$ 1042.45
IMSS Bimestral	\$ 92.36	\$ 422.79
INFONAVIT Bimestral	-----	\$ 410.48
Totales	\$ 194.98	\$ 1875.72

Fuente: Elaboración propia

Adiestradores		
Salario Base de Cotización	313.74	
Días del Período	30.00 días	
Salario Mínimo General	\$ 102.68	
Prima de Riesgo de Trabajo	0.54355%	
Concepto	Empleado	Empresa
Enfermedad y Maternidad		
Especie - Cuota Fija		\$ 628.40
Especie - Excedente	\$ 0.68	\$ 1.88
Prestaciones en Dinero	\$ 23.53	\$ 65.89
Pensionados y Beneficiarios	\$ 35.30	\$ 98.83
Invalidez y Vida	\$ 58.83	\$ 164.71
Riesgo de Trabajo	-----	\$ 51.16
Guarderías y Prestaciones Sociales	-----	\$ 94.12
Seguros de Retiro	-----	\$ 188.24
Cesantía y Vejez	\$ 105.89	\$ 296.48
INFONAVIT	-----	\$ 470.61
IMSS Mensual	\$ 118.34	\$ 1104.99
IMSS Bimestral	\$ 105.89	\$ 484.73
INFONAVIT Bimestral	-----	\$ 470.61
Totales	\$ 224.22	\$ 2060.33

Fuente: Elaboración propia

Cuidadores		
Salario Base de Cotización	244.02	
Días del Período	30.00 días	
Salario Mínimo General	\$ 102.68	
Prima de Riesgo de Trabajo	0.54355%	
Concepto	Empleado	Empresa
Enfermedad y Maternidad		
Especie - Cuota Fija		\$ 628.40
Especie - Excedente	\$ 0.00	\$ 0.00
Prestaciones en Dinero	\$ 18.30	\$ 51.24
Pensionados y Beneficiarios	\$ 27.45	\$ 76.87
Invalidez y Vida	\$ 45.75	\$ 128.11
Riesgo de Trabajo	-----	\$ 39.79
Guarderías y Prestaciones Sociales	-----	\$ 73.21
Seguros de Retiro	-----	\$ 146.41
Cesantía y Vejez	\$ 82.36	\$ 230.60
INFONAVIT	-----	\$ 366.03
IMSS Mensual	\$ 91.51	\$ 997.62
IMSS Bimestral	\$ 82.36	\$ 377.01
INFONAVIT Bimestral	-----	\$ 366.03
Totales	\$ 173.86	\$ 1740.66

Fuente: Elaboración propia

1.1.3 Proyección de Ventas Mensual

Tabla 63 Proyección de ventas año 1

Servicio	Tipo	Precio	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1
Estética Canina	Raza Pequeña	\$300.00	\$48,000.00	\$48,593.18	\$48,892.52	\$49,193.69	\$49,496.73	\$49,801.63	\$50,108.40	\$50,417.07	\$50,727.64	\$51,040.12	\$51,354.53	\$51,670.87	\$599,296.39
	Raza Mediana	\$350.00	\$21,000.00	\$21,259.52	\$21,390.48	\$21,522.24	\$21,654.82	\$21,788.21	\$21,922.43	\$22,057.47	\$22,193.34	\$22,330.05	\$22,467.61	\$22,606.01	\$262,192.17
	Raza Grande	\$450.00	\$22,500.00	\$22,778.05	\$22,918.37	\$23,059.54	\$23,201.59	\$23,344.51	\$23,488.31	\$23,633.00	\$23,778.58	\$23,925.06	\$24,072.44	\$24,220.72	\$280,920.18
Atención Médica		\$500.00	\$30,000.00	\$30,370.74	\$30,557.82	\$30,746.06	\$30,935.45	\$31,126.02	\$31,317.75	\$31,510.67	\$31,704.78	\$31,900.08	\$32,096.58	\$32,294.30	\$374,560.24
Adiestramiento	Agility	\$1,000.00	\$10,000.00	\$10,123.58	\$10,185.94	\$10,248.69	\$10,311.82	\$10,375.34	\$10,439.25	\$10,503.56	\$10,568.26	\$10,633.36	\$10,698.86	\$10,764.77	\$124,853.41
	Sin hospedaje	\$500.00	\$15,000.00	\$15,185.37	\$15,278.91	\$15,373.03	\$15,467.73	\$15,563.01	\$15,658.88	\$15,755.34	\$15,852.39	\$15,950.04	\$16,048.29	\$16,147.15	\$187,280.12
	Hospedaje y comida	\$11,000.00	\$55,000.00	\$55,679.69	\$56,022.67	\$56,367.77	\$56,715.00	\$57,064.36	\$57,415.88	\$57,769.56	\$58,125.42	\$58,483.47	\$58,843.73	\$59,206.21	\$686,693.78
	Hospedaje sin comida	\$9,800.00	\$49,000.00	\$49,605.54	\$49,911.11	\$50,218.56	\$50,527.91	\$50,839.16	\$51,152.33	\$51,467.43	\$51,784.47	\$52,103.46	\$52,424.42	\$52,747.35	\$611,781.73
Certificación de viajes	Nacionales	\$320.00	\$1,600.00	\$1,619.77	\$1,629.75	\$1,639.79	\$1,649.89	\$1,660.05	\$1,670.28	\$1,680.57	\$1,690.92	\$1,701.34	\$1,711.82	\$1,722.36	\$19,976.55
	Internacionales	\$3,500.00	\$3,500.00	\$3,543.25	\$3,565.08	\$3,587.04	\$3,609.14	\$3,631.37	\$3,653.74	\$3,676.24	\$3,698.89	\$3,721.68	\$3,744.60	\$3,767.67	\$43,698.70
Hotel	Raza pequeña con alimento	\$520.00	\$20,800.00	\$21,057.05	\$21,186.76	\$21,317.27	\$21,448.58	\$21,580.70	\$21,713.64	\$21,847.40	\$21,981.98	\$22,117.39	\$22,253.63	\$22,390.71	\$259,695.10
	Raza pequeña sin alimento	\$460.00	\$18,400.00	\$18,627.39	\$18,742.13	\$18,857.58	\$18,973.75	\$19,090.62	\$19,208.22	\$19,326.54	\$19,445.60	\$19,565.38	\$19,685.90	\$19,807.17	\$229,730.28
	Raza grande con alimento	\$590.00	\$23,600.00	\$23,891.65	\$24,038.82	\$24,186.90	\$24,335.89	\$24,485.80	\$24,636.63	\$24,788.39	\$24,941.09	\$25,094.73	\$25,249.31	\$25,404.85	\$294,654.06
	Raza grande sin alimento	\$500.00	\$20,000.00	\$20,247.16	\$20,371.88	\$20,497.37	\$20,623.64	\$20,750.68	\$20,878.50	\$21,007.11	\$21,136.52	\$21,266.72	\$21,397.72	\$21,529.53	\$249,706.83
Transporte		\$320.00	\$16,000.00	\$16,197.73	\$16,297.51	\$16,397.90	\$16,498.91	\$16,600.54	\$16,702.80	\$16,805.69	\$16,909.21	\$17,013.37	\$17,118.18	\$17,223.62	\$199,765.46
Ferias de Adopción		\$850.00	\$4,250.00	\$4,302.52	\$4,329.02	\$4,355.69	\$4,382.52	\$4,409.52	\$4,436.68	\$4,464.01	\$4,491.51	\$4,519.18	\$4,547.02	\$4,575.03	\$53,062.70
Tienda		\$1,250.00	\$50,000.00	\$50,617.90	\$50,929.70	\$51,243.43	\$51,559.09	\$51,876.69	\$52,196.25	\$52,517.78	\$52,841.29	\$53,166.80	\$53,494.30	\$53,823.83	\$624,267.07
Total			\$408,650.00	\$413,700.07	\$416,248.47	\$418,812.56	\$421,392.44	\$423,988.22	\$426,599.99	\$429,227.84	\$431,871.89	\$434,532.22	\$437,208.94	\$439,902.14	\$5,102,134.78

Fuente: Elaboración propia

Tabla 64 Proyección de ventas año 2

Servicio	Tipo	Precio	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	Año 2
Estética Canina	Raza Pequeña	\$314.55	\$54,510.64	\$54,846.43	\$55,184.28	\$55,524.22	\$55,866.25	\$56,210.38	\$56,556.64	\$56,905.03	\$57,255.56	\$57,608.26	\$57,963.12	\$58,320.18	\$676,750.97
	Raza Mediana	\$370.00	\$24,044.99	\$24,193.11	\$24,342.14	\$24,492.08	\$24,642.96	\$24,794.76	\$24,947.49	\$25,101.17	\$25,255.79	\$25,411.37	\$25,567.90	\$25,725.40	\$298,519.15
	Raza Grande	\$480.00	\$25,994.58	\$26,154.71	\$26,315.82	\$26,477.93	\$26,641.03	\$26,805.14	\$26,970.26	\$27,136.40	\$27,303.56	\$27,471.75	\$27,640.97	\$27,811.24	\$322,723.40
Atención Médica		\$525.00	\$34,117.89	\$34,328.06	\$34,539.52	\$34,752.28	\$34,966.36	\$35,181.75	\$35,398.47	\$35,616.52	\$35,835.92	\$36,056.67	\$36,278.78	\$36,502.26	\$423,574.47
Adiestramiento	Agility	\$1,050.00	\$11,372.63	\$11,442.69	\$11,513.17	\$11,584.09	\$11,655.45	\$11,727.25	\$11,799.49	\$11,872.17	\$11,945.31	\$12,018.89	\$12,092.93	\$12,167.42	\$141,191.49
	Sin hospedaje	\$525.00	\$17,058.95	\$17,164.03	\$17,269.76	\$17,376.14	\$17,483.18	\$17,590.87	\$17,699.23	\$17,808.26	\$17,917.96	\$18,028.33	\$18,139.39	\$18,251.13	\$211,787.23
	Hospedaje y comida	\$11,535.00	\$62,468.23	\$62,853.04	\$63,240.21	\$63,629.77	\$64,021.73	\$64,416.11	\$64,812.91	\$65,212.16	\$65,613.86	\$66,018.04	\$66,424.72	\$66,833.89	\$775,544.68
	Hospedaje sin comida	\$10,275.30	\$55,646.28	\$55,989.06	\$56,333.95	\$56,680.97	\$57,030.13	\$57,381.43	\$57,734.90	\$58,090.55	\$58,448.39	\$58,808.43	\$59,170.69	\$59,535.18	\$690,849.95
Certificación de viajes	Nacionales	\$340.00	\$1,841.28	\$1,852.63	\$1,864.04	\$1,875.52	\$1,887.07	\$1,898.70	\$1,910.39	\$1,922.16	\$1,934.00	\$1,945.92	\$1,957.90	\$1,969.96	\$22,859.57
	Internacionales	\$3,669.75	\$3,974.73	\$3,999.22	\$4,023.85	\$4,048.64	\$4,073.58	\$4,098.67	\$4,123.92	\$4,149.32	\$4,174.88	\$4,200.60	\$4,226.48	\$4,252.51	\$49,346.43
Hotel	Raza pequeña con alimento	\$545.22	\$23,621.28	\$23,766.79	\$23,913.19	\$24,060.49	\$24,208.71	\$24,357.83	\$24,507.88	\$24,658.84	\$24,810.74	\$24,963.58	\$25,117.35	\$25,272.08	\$293,258.76
	Raza pequeña sin alimento	\$485.00	\$21,012.29	\$21,141.72	\$21,271.96	\$21,402.99	\$21,534.83	\$21,667.49	\$21,800.96	\$21,935.26	\$22,070.38	\$22,206.33	\$22,343.12	\$22,480.75	\$260,868.08
	Raza grande con alimento	\$620.00	\$26,861.07	\$27,026.53	\$27,193.02	\$27,360.53	\$27,529.07	\$27,698.65	\$27,869.27	\$28,040.94	\$28,213.68	\$28,387.47	\$28,562.34	\$28,738.28	\$333,480.85
	Raza grande sin alimento	\$525.00	\$22,745.26	\$22,885.37	\$23,026.35	\$23,168.19	\$23,310.90	\$23,454.50	\$23,598.98	\$23,744.35	\$23,890.61	\$24,037.78	\$24,185.85	\$24,334.84	\$282,382.98
Transporte		\$340.00	\$18,412.83	\$18,526.25	\$18,640.37	\$18,755.20	\$18,870.73	\$18,986.98	\$19,103.93	\$19,221.62	\$19,340.02	\$19,459.15	\$19,579.02	\$19,699.63	\$228,595.74
Ferias de Adopción		\$890.00	\$4,819.83	\$4,849.52	\$4,879.39	\$4,909.45	\$4,939.69	\$4,970.12	\$5,000.74	\$5,031.54	\$5,062.53	\$5,093.72	\$5,125.10	\$5,156.67	\$59,838.30
Tienda		\$1,320.00	\$57,188.08	\$57,540.36	\$57,894.81	\$58,251.44	\$58,610.27	\$58,971.31	\$59,334.57	\$59,700.08	\$60,067.83	\$60,437.85	\$60,810.14	\$61,184.73	\$709,991.48
Total			\$465,690.85	\$468,559.51	\$471,445.83	\$474,349.94	\$477,271.94	\$480,211.93	\$483,170.04	\$486,146.36	\$489,141.03	\$492,154.14	\$495,185.80	\$498,236.15	\$5,781,563.52

Fuente: Elaboración propia

Tabla 65 Proyección de ventas año 3

Servicio	Tipo	Precio	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36	Año 3
Estética Canina	Raza Pequeña	\$329.81	\$61,525.38	\$61,904.38	\$62,285.71	\$62,669.39	\$63,055.43	\$63,443.85	\$63,834.67	\$64,227.89	\$64,623.53	\$65,021.61	\$65,422.15	\$65,825.15	\$763,839.12
	Raza Mediana	\$390.00	\$27,283.00	\$27,451.06	\$27,620.16	\$27,790.30	\$27,961.49	\$28,133.73	\$28,307.03	\$28,481.40	\$28,656.85	\$28,833.38	\$29,010.99	\$29,189.70	\$338,719.07
	Raza Grande	\$510.00	\$29,731.47	\$29,914.62	\$30,098.89	\$30,284.30	\$30,470.85	\$30,658.55	\$30,847.41	\$31,037.43	\$31,228.62	\$31,420.99	\$31,614.54	\$31,809.28	\$369,116.94
Atención Médica		\$550.46	\$38,508.37	\$38,745.59	\$38,984.26	\$39,224.40	\$39,466.02	\$39,709.13	\$39,953.74	\$40,199.86	\$40,447.49	\$40,696.65	\$40,947.34	\$41,199.57	\$478,082.43
Adiestramiento	Agility	\$1,100.00	\$12,825.34	\$12,904.34	\$12,983.83	\$13,063.82	\$13,144.29	\$13,225.26	\$13,306.72	\$13,388.69	\$13,471.17	\$13,554.15	\$13,637.64	\$13,721.65	\$159,226.91
	Sin hospedaje	\$550.46	\$19,254.19	\$19,372.79	\$19,492.13	\$19,612.20	\$19,733.01	\$19,854.57	\$19,976.87	\$20,099.93	\$20,223.74	\$20,348.32	\$20,473.67	\$20,599.79	\$239,041.21
	Hospedaje y comida	\$12,095.00	\$64,963.89	\$64,992.55	\$65,021.40	\$65,050.44	\$65,079.67	\$65,109.10	\$65,138.72	\$65,168.53	\$65,198.55	\$65,228.76	\$65,259.17	\$65,289.79	\$781,500.59
	Hospedaje sin comida	\$10,775.00	\$62,815.02	\$63,201.96	\$63,591.28	\$63,983.00	\$64,377.14	\$64,773.70	\$65,172.71	\$65,574.17	\$65,978.11	\$66,384.53	\$66,793.46	\$67,204.91	\$779,850.00
Certificación de viajes	Nacionales	\$360.00	\$1,860.36	\$1,860.39	\$1,860.42	\$1,860.44	\$1,860.47	\$1,860.50	\$1,860.53	\$1,860.56	\$1,860.58	\$1,860.61	\$1,860.64	\$1,860.67	\$22,326.18
	Internacionales	\$3,850.00	\$4,488.87	\$4,516.52	\$4,544.34	\$4,572.34	\$4,600.50	\$4,628.84	\$4,657.35	\$4,686.04	\$4,714.91	\$4,743.95	\$4,773.18	\$4,802.58	\$55,729.42
Hotel	Raza pequeña con alimento	\$580.00	\$23,948.06	\$23,948.08	\$23,948.09	\$23,948.10	\$23,948.11	\$23,948.12	\$23,948.13	\$23,948.14	\$23,948.15	\$23,948.17	\$23,948.18	\$23,948.19	\$287,377.52
	Raza pequeña sin alimento	\$510.00	\$23,785.18	\$23,931.69	\$24,079.11	\$24,227.44	\$24,376.68	\$24,526.84	\$24,677.93	\$24,829.94	\$24,982.89	\$25,136.79	\$25,291.63	\$25,447.43	\$295,293.55
	Raza grande con alimento	\$650.07	\$33,507.49	\$33,507.49	\$33,507.50	\$33,507.50	\$33,507.51	\$33,507.51	\$33,507.51	\$33,507.52	\$33,507.52	\$33,507.53	\$33,507.53	\$33,507.53	\$402,090.15
	Raza grande sin alimento	\$550.46	\$25,672.25	\$25,830.39	\$25,989.51	\$26,149.60	\$26,310.68	\$26,472.76	\$26,635.83	\$26,799.91	\$26,964.99	\$27,131.10	\$27,298.22	\$27,466.38	\$318,721.62
Transporte		\$360.00	\$20,986.92	\$21,116.20	\$21,246.28	\$21,377.15	\$21,508.84	\$21,641.33	\$21,774.64	\$21,908.77	\$22,043.73	\$22,179.52	\$22,316.15	\$22,453.61	\$260,553.13
Ferias de Adopción		\$940.00	\$5,479.92	\$5,513.67	\$5,547.64	\$5,581.81	\$5,616.20	\$5,650.79	\$5,685.60	\$5,720.62	\$5,755.86	\$5,791.32	\$5,826.99	\$5,862.89	\$68,033.32
Tienda		\$1,385.00	\$64,593.08	\$64,990.97	\$65,391.31	\$65,794.12	\$66,199.42	\$66,607.20	\$67,017.50	\$67,430.33	\$67,845.70	\$68,263.63	\$68,684.14	\$69,107.23	\$801,924.64
Total			\$521,228.78	\$523,702.69	\$526,191.85	\$528,696.36	\$531,216.30	\$533,751.79	\$536,302.90	\$538,869.74	\$541,452.41	\$544,051.00	\$546,665.62	\$549,296.35	\$6,421,425.79

Fuente: Elaboración propia

Tabla 66 Proyección de ventas año 5

Servicio	Tipo	Precio	Mes 37	Mes 38	Mes 39	Mes 40	Mes 41	Mes 42	Mes 43	Mes 44	Mes 45	Mes 46	Mes 47	Mes 48	Año 4
Estética Canina	Raza Pequeña	\$350.00	\$70,286.00	\$70,718.96	\$71,154.59	\$71,592.90	\$72,033.91	\$72,477.64	\$72,924.10	\$73,373.31	\$73,825.29	\$74,280.06	\$74,737.62	\$75,198.01	\$872,602.38
	Raza Mediana	\$410.00	\$30,875.63	\$31,065.83	\$31,257.19	\$31,449.74	\$31,643.47	\$31,838.39	\$32,034.52	\$32,231.85	\$32,430.40	\$32,630.17	\$32,831.17	\$33,033.41	\$383,321.76
	Raza Grande	\$535.00	\$33,574.11	\$33,780.93	\$33,989.02	\$34,198.39	\$34,409.06	\$34,621.02	\$34,834.28	\$35,048.86	\$35,264.76	\$35,481.99	\$35,700.56	\$35,920.48	\$416,823.46
Atención Médica		\$580.00	\$43,677.73	\$43,946.78	\$44,217.49	\$44,489.87	\$44,763.93	\$45,039.68	\$45,317.12	\$45,596.27	\$45,877.15	\$46,159.75	\$46,444.09	\$46,730.19	\$542,260.05
Adiestramiento	Agility	\$1,155.00	\$14,496.49	\$14,585.78	\$14,675.63	\$14,766.04	\$14,856.99	\$14,948.51	\$15,040.60	\$15,133.25	\$15,226.47	\$15,320.26	\$15,414.63	\$15,509.59	\$179,974.24
	Sin hospedaje	\$580.00	\$21,838.86	\$21,973.39	\$22,108.75	\$22,244.94	\$22,381.97	\$22,519.84	\$22,658.56	\$22,798.14	\$22,938.57	\$23,079.87	\$23,222.05	\$23,365.09	\$271,130.03
	Hospedaje y comida	\$12,680.00	\$79,573.79	\$80,063.96	\$80,557.16	\$81,053.39	\$81,552.68	\$82,055.04	\$82,560.50	\$83,069.07	\$83,580.78	\$84,095.64	\$84,613.67	\$85,134.89	\$987,910.55
	Hospedaje sin comida	\$11,295.00	\$70,882.17	\$71,318.81	\$71,758.13	\$72,200.16	\$72,644.91	\$73,092.40	\$73,542.65	\$73,995.68	\$74,451.49	\$74,910.11	\$75,371.56	\$75,835.85	\$880,003.92
Certificación de viajes	Nacionales	\$380.00	\$2,384.70	\$2,399.39	\$2,414.17	\$2,429.04	\$2,444.01	\$2,459.06	\$2,474.21	\$2,489.45	\$2,504.79	\$2,520.22	\$2,535.74	\$2,551.36	\$29,606.15
	Internacionales	\$4,034.80	\$5,064.11	\$5,095.30	\$5,126.69	\$5,158.27	\$5,190.04	\$5,222.01	\$5,254.18	\$5,286.55	\$5,319.11	\$5,351.88	\$5,384.85	\$5,418.02	\$62,871.00
Hotel	Raza pequeña con alimento	\$610.00	\$30,624.61	\$30,813.26	\$31,003.07	\$31,194.05	\$31,386.20	\$31,579.54	\$31,774.07	\$31,969.80	\$32,166.74	\$32,364.88	\$32,564.25	\$32,764.85	\$380,205.32
	Raza pequeña sin alimento	\$535.00	\$26,859.29	\$27,024.74	\$27,191.22	\$27,358.71	\$27,527.24	\$27,696.81	\$27,867.42	\$28,039.09	\$28,211.81	\$28,385.59	\$28,560.45	\$28,736.38	\$333,458.77
	Raza grande con alimento	\$680.00	\$34,138.91	\$34,349.21	\$34,560.80	\$34,773.69	\$34,987.90	\$35,203.42	\$35,420.28	\$35,638.47	\$35,858.00	\$36,078.89	\$36,301.13	\$36,524.75	\$423,835.44
	Raza grande sin alimento	\$580.00	\$29,118.48	\$29,297.85	\$29,478.33	\$29,659.91	\$29,842.62	\$30,026.45	\$30,211.41	\$30,397.52	\$30,584.76	\$30,773.17	\$30,962.73	\$31,153.46	\$361,506.70
Transporte		\$380.00	\$23,847.03	\$23,993.93	\$24,141.73	\$24,290.45	\$24,440.08	\$24,590.63	\$24,742.11	\$24,894.52	\$25,047.87	\$25,202.16	\$25,357.41	\$25,513.61	\$296,061.52
Ferias de Adopción		\$985.12	\$6,182.16	\$6,220.24	\$6,258.55	\$6,297.11	\$6,335.90	\$6,374.93	\$6,414.20	\$6,453.71	\$6,493.46	\$6,533.46	\$6,573.71	\$6,614.20	\$76,751.61
Tienda		\$1,455.00	\$73,047.23	\$73,497.20	\$73,949.94	\$74,405.48	\$74,863.81	\$75,324.98	\$75,788.98	\$76,255.84	\$76,725.57	\$77,198.20	\$77,673.74	\$78,152.21	\$906,883.19
Total			\$596,471.31	\$600,145.57	\$603,842.47	\$607,562.14	\$611,304.72	\$615,070.36	\$618,859.19	\$622,671.36	\$626,507.02	\$630,366.30	\$634,249.36	\$638,156.33	\$7,405,206.11

Fuente: Elaboración propia

1.1.4 Costos de operación mensual

Tabla 66 Costos de operación año 1

Costos Operativos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Año 1
Costos Administrativos													
Sueldos	\$53,350.00	\$53,350.00	\$53,350.00	\$53,350.00	\$53,350.00	\$53,350.00	\$53,350.00	\$53,350.00	\$53,350.00	\$53,350.00	\$53,350.00	\$53,350.00	\$640,200.00
Prestaciones	\$2,931.80	\$2,931.80	\$2,931.80	\$2,931.80	\$2,931.80	\$2,931.80	\$2,931.80	\$2,931.80	\$2,931.80	\$2,931.80	\$2,931.80	\$2,931.80	\$35,181.6
Papelería	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$48,000.00
Internet, Teléfono, Televisión	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$14,388.00
Luz	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$3,600.00
Agua	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$1,308.00
Total	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$742,677.60
Costos de Operación													
Mantenimiento	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$18,000.00
Artículos de limpieza	\$1,650.00	\$1,650.00	\$1,650.00	\$1,650.00	\$1,650.00	\$1,650.00	\$1,650.00	\$1,650.00	\$1,650.00	\$1,650.00	\$1,650.00	\$1,650.00	\$19,800.00
Materia Prima	\$61,725.00	\$67,266.65	\$67,681.01	\$68,097.92	\$68,517.41	\$68,939.47	\$69,364.14	\$69,791.42	\$70,221.34	\$70,653.90	\$71,089.13	\$71,527.04	\$824,874.43
Gasolina	\$4,500.00	\$4,500.00	\$4,500.00	\$4,500.00	\$4,500.00	\$4,500.00	\$4,500.00	\$4,500.00	\$4,500.00	\$4,500.00	\$4,500.00	\$4,500.00	\$54,000.00
Publicidad	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$82,608.00
Total	\$76,259.00	\$81,800.65	\$82,215.01	\$82,631.92	\$83,051.41	\$83,473.47	\$83,898.14	\$84,325.42	\$84,755.34	\$85,187.90	\$85,623.13	\$86,061.04	\$999,282.43
Gastos Financieros													
Préstamo a corto plazo	\$35,014.55	\$34,939.93	\$34,863.25	\$34,784.46	\$34,703.50	\$34,620.32	\$34,534.85	\$34,447.03	\$34,356.80	\$34,264.08	\$34,168.82	\$34,070.93	\$414,768.53
Total	\$35,014.55	\$34,939.93	\$34,863.25	\$34,784.46	\$34,703.50	\$34,620.32	\$34,534.85	\$34,447.03	\$34,356.80	\$34,264.08	\$34,168.82	\$34,070.93	\$414,768.53
Total CA+CO	\$173,163.35	\$178,630.37	\$178,968.05	\$179,306.18	\$179,644.71	\$179,983.60	\$180,322.79	\$180,662.26	\$181,001.94	\$181,341.79	\$181,681.75	\$182,021.77	\$2,156,728.56

Fuente: Elaboración propia

Tabla 67 Costos de operación año 2

Costos Operativos	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	Total Año 2
Costos Administrativos													
Sueldos	\$56,017.50	\$56,017.50	\$56,017.50	\$56,017.50	\$56,017.50	\$56,017.50	\$56,017.50	\$56,017.50	\$56,017.50	\$56,017.50	\$56,017.50	\$56,017.50	\$672,210.00
Prestaciones	\$5,052.10	\$5,052.10	\$5,052.10	\$5,052.10	\$5,052.10	\$5,052.10	\$5,052.10	\$5,052.10	\$5,052.10	\$5,052.10	\$5,052.10	\$5,052.10	\$60,625.2
Papelería	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$48,000.00
Internet, Teléfono, Televisión	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$14,388.00
Luz	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$3,600.00
Agua	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$1,308.00
Total	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$800,131.20
Costos de Operación													
Mantenimiento	\$1,600.00	\$1,600.00	\$1,600.00	\$1,600.00	\$1,600.00	\$1,600.00	\$1,600.00	\$1,600.00	\$1,600.00	\$1,600.00	\$1,600.00	\$1,600.00	\$19,200.00
Artículos de limpieza	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$20,400.00
Materia Prima	\$69,569.13	\$69,597.37	\$69,625.63	\$69,653.89	\$69,682.17	\$69,710.47	\$69,738.77	\$69,767.08	\$69,795.41	\$69,823.74	\$69,852.09	\$69,880.45	\$836,696.20
Gasolina	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$120,000.00
Publicidad	\$6,886.79	\$6,886.79	\$6,886.79	\$6,886.79	\$6,886.79	\$6,886.79	\$6,886.79	\$6,886.79	\$6,886.79	\$6,886.79	\$6,886.79	\$6,886.79	\$82,641.54
Total	\$89,755.92	\$89,784.17	\$89,812.42	\$89,840.69	\$89,868.97	\$89,897.26	\$89,925.56	\$89,953.88	\$89,982.20	\$90,010.54	\$90,038.89	\$90,067.25	\$1,078,937.74
Gastos Financieros													
Préstamo a corto plazo	\$33,970.36	\$33,867.01	\$33,760.83	\$33,651.73	\$33,539.62	\$33,424.43	\$33,306.08	\$33,184.47	\$33,059.51	\$32,931.12	\$32,799.20	\$32,663.65	\$400,158.01
Total	\$33,970.36	\$33,867.01	\$33,760.83	\$33,651.73	\$33,539.62	\$33,424.43	\$33,306.08	\$33,184.47	\$33,059.51	\$32,931.12	\$32,799.20	\$32,663.65	\$400,158.01
Total CA+CO	\$190,403.88	\$190,328.78	\$190,250.85	\$190,170.02	\$190,086.19	\$189,999.29	\$189,909.24	\$189,815.94	\$189,719.31	\$189,619.26	\$189,515.69	\$189,408.50	\$2,279,226.95

Fuente: Elaboración propia

Tabla 68 Costos de operación de año 3

Costos Operativos	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36	Total Año 3
Costos Administrativos													
Sueldos	\$58,818.38	\$58,818.38	\$58,818.38	\$58,818.38	\$58,818.38	\$58,818.38	\$58,818.38	\$58,818.38	\$58,818.38	\$58,818.38	\$58,818.38	\$58,818.38	\$705,820.50
Prestaciones	\$5,946.00	\$5,946.00	\$5,946.00	\$5,946.00	\$5,946.00	\$5,946.00	\$5,946.00	\$5,946.00	\$5,946.00	\$5,946.00	\$5,946.00	\$5,946.00	\$71,352.0
Papelería	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$48,000.00
Internet, Teléfono, Televisión	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$14,388.00
Luz	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$3,600.00
Agua	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$109.00	\$1,308.00
Total	\$70,372.38	\$70,372.38	\$70,372.38	\$70,372.38	\$70,372.38	\$70,372.38	\$70,372.38	\$70,372.38	\$70,372.38	\$70,372.38	\$70,372.38	\$70,372.38	\$844,468.50
Costos de Operación													
Mantenimiento	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$20,400.00
Artículos de limpieza	\$1,850.00	\$1,850.00	\$1,850.00	\$1,850.00	\$1,850.00	\$1,850.00	\$1,850.00	\$1,850.00	\$1,850.00	\$1,850.00	\$1,850.00	\$1,850.00	\$22,200.00
Materia Prima	\$69,908.82	\$69,937.21	\$69,965.60	\$69,994.01	\$70,022.43	\$70,050.85	\$70,079.29	\$70,107.75	\$70,136.21	\$70,164.69	\$70,193.17	\$70,221.67	\$840,781.70
Gasolina	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$120,000.00
Publicidad	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$82,608.00
Total	\$90,342.82	\$90,371.21	\$90,399.60	\$90,428.01	\$90,456.43	\$90,484.85	\$90,513.29	\$90,541.75	\$90,570.21	\$90,598.69	\$90,627.17	\$90,655.67	\$1,085,989.70
Gastos Financieros													
Préstamo a corto plazo													\$0.00
Total													\$0.00
Total CA+CO	\$160,715.20	\$160,743.58	\$160,771.98	\$160,800.38	\$160,828.80	\$160,857.23	\$160,885.67	\$160,914.12	\$160,942.59	\$160,971.06	\$160,999.55	\$161,028.05	\$1,930,458.20

Fuente: Elaboración propia

Tabla 69 Costos de operación año 4

Costos Operativos	Mes 37	Mes 38	Mes 39	Mes 40	Mes 41	Mes 42	Mes 43	Mes 44	Mes 45	Mes 46	Mes 47	Mes 48	Total Año 4
Costos Administrativos													
Sueldos	\$61,759.29	\$61,759.29	\$61,759.29	\$61,759.29	\$61,759.29	\$61,759.29	\$61,759.29	\$61,759.29	\$61,759.29	\$61,759.29	\$61,759.29	\$61,759.29	\$741,111.53
Prestaciones	\$6,916.64	\$6,916.64	\$6,916.64	\$6,916.64	\$6,916.64	\$6,916.64	\$6,916.64	\$6,916.64	\$6,916.64	\$6,916.64	\$6,916.64	\$6,916.64	\$82,999.7
Papelería	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$48,000.00
Internet, Teléfono, Televisión	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$1,199.00	\$14,388.00
Luz	\$320.00	\$320.00	\$320.00	\$320.00	\$320.00	\$320.00	\$320.00	\$320.00	\$320.00	\$320.00	\$320.00	\$320.00	\$3,840.00
Agua	\$129.00	\$129.00	\$129.00	\$129.00	\$129.00	\$129.00	\$129.00	\$129.00	\$129.00	\$129.00	\$129.00	\$129.00	\$1,548.00
Total	\$74,323.93	\$74,323.93	\$74,323.93	\$74,323.93	\$74,323.93	\$74,323.93	\$74,323.93	\$74,323.93	\$74,323.93	\$74,323.93	\$74,323.93	\$74,323.93	\$891,887.21
Costos de Operación													
Mantenimiento	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$21,600.00
Artículos de limpieza	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$24,000.00
Materia Prima	\$70,250.18	\$70,278.70	\$70,307.24	\$70,335.78	\$70,364.34	\$70,392.91	\$70,421.48	\$70,450.08	\$70,478.68	\$70,507.29	\$70,535.92	\$70,564.56	\$844,887.15
Gasolina	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$120,000.00
Publicidad	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$6,884.00	\$82,608.00
Total	\$90,934.18	\$90,962.70	\$90,991.24	\$91,019.78	\$91,048.34	\$91,076.91	\$91,105.48	\$91,134.08	\$91,162.68	\$91,191.29	\$91,219.92	\$91,248.56	\$1,093,095.15
Gastos Financieros													
Préstamo a corto plazo													\$0.00
Total													\$0.00
Total CA+CO	\$165,258.12	\$165,286.64	\$165,315.17	\$165,343.71	\$165,372.27	\$165,400.84	\$165,429.42	\$165,458.01	\$165,486.61	\$165,515.23	\$165,543.85	\$165,572.49	\$1,984,982.35

Fuente: Elaboración propia

1.1.5 Flujo de Efectivo primeros 24 meses

Tabla 70 Flujo de efectivo 12 meses

Flujo de Efectivo													
Concepto	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Entradas													
Aportaciones socios	\$1,596,200.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Créditos Bancarios	\$550,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Ventas al Contado	\$0.00	\$408,650.00	\$413,700.07	\$416,248.47	\$418,812.56	\$421,392.44	\$423,988.22	\$426,599.99	\$429,227.84	\$431,871.89	\$434,532.22	\$437,208.94	\$439,902.14
Caja Inicial	\$0.00	\$0.00	\$164,659.41	\$327,302.24	\$491,340.22	\$656,783.24	\$823,641.27	\$991,924.39	\$1,161,642.77	\$1,332,806.69	\$1,505,426.53	\$1,679,512.76	\$1,855,075.99
Total	\$2,146,200.00	\$408,650.00	\$578,359.49	\$743,550.71	\$910,152.78	\$1,078,175.68	\$1,247,629.49	\$1,418,524.38	\$1,590,870.62	\$1,764,678.58	\$1,939,958.75	\$2,116,721.70	\$2,294,978.13
Salidas													
Inversión Fija	\$1,511,560.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Inversión Diferida	\$146,365.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Cto de Producción	\$0.00	\$76,259.00	\$81,800.65	\$82,215.01	\$82,631.92	\$83,051.41	\$83,473.47	\$83,898.14	\$84,325.42	\$84,755.34	\$85,187.90	\$85,623.13	\$86,061.04
Gastos de Admon	\$0.00	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80
Gastos Financieros	\$0.00	\$35,014.55	\$34,939.93	\$34,863.25	\$34,784.46	\$34,703.50	\$34,620.32	\$34,534.85	\$34,447.03	\$34,356.80	\$34,264.08	\$34,168.82	\$34,070.93
ISR	\$0.00	\$45,822.07	\$46,916.70	\$47,477.42	\$48,041.94	\$48,610.29	\$49,182.52	\$49,758.65	\$50,338.72	\$50,922.76	\$51,510.81	\$52,102.90	\$52,699.08
PTU		\$25,005.17	\$25,510.17	\$25,765.01	\$26,021.42	\$26,279.41	\$26,538.99	\$26,800.17	\$27,062.95	\$27,327.36	\$27,593.39	\$27,861.06	\$28,130.38
Total Salidas	\$1,657,925.00	\$243,990.59	\$251,057.25	\$252,210.48	\$253,369.54	\$254,534.41	\$255,705.10	\$256,881.61	\$258,063.92	\$259,252.05	\$260,445.98	\$261,645.71	\$262,851.24
Saldo	\$488,275.00	\$164,659.41	\$327,302.24	\$491,340.22	\$656,783.24	\$823,641.27	\$991,924.39	\$1,161,642.77	\$1,332,806.69	\$1,505,426.53	\$1,679,512.76	\$1,855,075.99	\$2,032,126.90

Fuente: Elaboración propia

Tabla 71 Flujo de efectivo 24 meses

Flujo de Efectivo												
Concepto	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Entradas												
Aportaciones socios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Créditos Bancarios	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Ventas al Contado	\$465,690.85	\$468,559.51	\$471,445.83	\$474,349.94	\$477,271.94	\$480,211.93	\$483,170.04	\$486,146.36	\$489,141.03	\$492,154.14	\$495,185.80	\$498,236.15
Caja Inicial	\$2,032,126.90	\$2,216,417.17	\$2,402,665.31	\$2,590,885.24	\$2,781,090.99	\$2,973,296.75	\$3,167,516.82	\$3,363,765.65	\$3,562,057.84	\$3,762,408.12	\$3,964,831.37	\$4,169,342.62
Total	\$2,497,817.75	\$2,684,976.68	\$2,874,111.15	\$3,065,235.18	\$3,258,362.93	\$3,453,508.68	\$3,650,686.85	\$3,849,912.01	\$4,051,198.86	\$4,254,562.25	\$4,460,017.17	\$4,667,578.77
Salidas												
Inversión Fija	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Inversión Diferida	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Cto de Producción	\$89,755.92	\$89,784.17	\$89,812.42	\$89,840.69	\$89,868.97	\$89,897.26	\$89,925.56	\$89,953.88	\$89,982.20	\$90,010.54	\$90,038.89	\$90,067.25
Gastos de Admon	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60
Gastos Financieros	\$33,970.36	\$33,867.01	\$33,760.83	\$33,651.73	\$33,539.62	\$33,424.43	\$33,306.08	\$33,184.47	\$33,059.51	\$32,931.12	\$32,799.20	\$32,663.65
ISR	\$61,430.03	\$62,129.04	\$62,832.88	\$63,541.59	\$64,255.21	\$64,973.79	\$65,697.37	\$66,426.00	\$67,159.74	\$67,898.62	\$68,642.70	\$69,392.02
PTU	\$29,566.68	\$29,853.54	\$30,142.18	\$30,432.59	\$30,724.79	\$31,018.79	\$31,314.60	\$31,612.23	\$31,911.69	\$32,213.01	\$32,516.17	\$32,821.21
Total Salidas	\$281,400.58	\$282,311.36	\$283,225.91	\$284,144.19	\$285,066.18	\$285,991.86	\$286,921.21	\$287,854.18	\$288,790.75	\$289,730.88	\$290,674.55	\$291,621.72
Saldo	\$2,216,417.17	\$2,402,665.31	\$2,590,885.24	\$2,781,090.99	\$2,973,296.75	\$3,167,516.82	\$3,363,765.65	\$3,562,057.84	\$3,762,408.12	\$3,964,831.37	\$4,169,342.62	\$4,375,957.04

Fuente: Elaboración propia

1.1.6 Estado de Resultados primeros 24 meses

Tabla 72 Estado de Resultados 12 meses

Estado de Resultados													
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Ventas Totales	\$408,650.00	\$413,700.07	\$416,248.47	\$418,812.56	\$421,392.44	\$423,988.22	\$426,599.99	\$429,227.84	\$431,871.89	\$434,532.22	\$437,208.94	\$439,902.14	\$5,102,134.78
Costo de lo Vendido	\$83,273.54	\$83,273.54	\$83,273.54	\$83,273.54	\$83,273.54	\$83,273.54	\$83,273.54	\$83,273.54	\$83,273.54	\$83,273.54	\$83,273.54	\$83,273.54	\$999,282.43
Utilidad Bruta	\$325,376.46	\$330,426.54	\$332,974.93	\$335,539.02	\$338,118.91	\$340,714.68	\$343,326.45	\$345,954.31	\$348,598.35	\$351,258.68	\$353,935.40	\$356,628.61	\$4,102,852.35
Gastos de Admon	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$61,889.80	\$742,677.60
Gastos Financieros	\$35,014.55	\$34,939.93	\$34,863.25	\$34,784.46	\$34,703.50	\$34,620.32	\$34,534.85	\$34,447.03	\$34,356.80	\$34,264.08	\$34,168.82	\$34,070.93	\$414,768.53
Depreciaciones y Amortizaciones	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$167,391.96
Utilidad antes del ISR	\$214,522.78	\$219,647.48	\$222,272.56	\$224,915.43	\$227,576.27	\$230,255.23	\$232,952.47	\$235,668.14	\$238,402.42	\$241,155.47	\$243,927.45	\$246,718.54	\$2,778,014.26
ISR	\$45,822.07	\$46,916.70	\$47,477.42	\$48,041.94	\$48,610.29	\$49,182.52	\$49,758.65	\$50,338.72	\$50,922.76	\$51,510.81	\$52,102.90	\$52,699.08	\$593,383.85
PTU	\$21,452.28	\$21,964.75	\$22,227.26	\$22,491.54	\$22,757.63	\$23,025.52	\$23,295.25	\$23,566.81	\$23,840.24	\$24,115.55	\$24,392.75	\$24,671.85	\$277,801.43
Utilidad Neta	\$147,248.44	\$150,766.03	\$152,567.88	\$154,381.95	\$156,208.35	\$158,047.19	\$159,898.57	\$161,762.61	\$163,639.42	\$165,529.11	\$167,431.80	\$169,347.61	\$1,906,828.99

Fuente: Elaboración propia

Tabla 73 Estado de Resultados 24 meses

Estado de Resultados													
Concepto	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	Total
Ventas Totales	\$465,690.85	\$468,559.51	\$471,445.83	\$474,349.94	\$477,271.94	\$480,211.93	\$483,170.04	\$486,146.36	\$489,141.03	\$492,154.14	\$495,185.80	\$498,236.15	\$5,781,563.52
Costo de lo Vendido	\$89,911.48	\$89,911.48	\$89,911.48	\$89,911.48	\$89,911.48	\$89,911.48	\$89,911.48	\$89,911.48	\$89,911.48	\$89,911.48	\$89,911.48	\$89,911.48	\$1,078,937.76
Utilidad Bruta	\$375,779.37	\$378,648.03	\$381,534.35	\$384,438.46	\$387,360.46	\$390,300.45	\$393,258.56	\$396,234.88	\$399,229.55	\$402,242.66	\$405,274.32	\$408,324.67	\$4,702,625.76
Gastos de Admon	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$66,677.60	\$800,131.20
Gastos Financieros	\$33,970.36	\$33,867.01	\$33,760.83	\$33,651.73	\$33,539.62	\$33,424.43	\$33,306.08	\$33,184.47	\$33,059.51	\$32,931.12	\$32,799.20	\$32,663.65	\$400,158.01
Depreciaciones y Amortizaciones	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$13,949.33	\$167,391.96
Utilidad antes del ISR	\$261,182.09	\$264,154.08	\$267,146.59	\$270,159.81	\$273,193.91	\$276,249.09	\$279,325.55	\$282,423.49	\$285,543.10	\$288,684.60	\$291,848.20	\$295,034.09	\$3,334,944.60
ISR	\$61,430.03	\$62,129.04	\$62,832.88	\$63,541.59	\$64,255.21	\$64,973.79	\$65,697.37	\$66,426.00	\$67,159.74	\$67,898.62	\$68,642.70	\$69,392.02	\$784,378.97
PTU	\$26,118.21	\$26,415.41	\$26,714.66	\$27,015.98	\$27,319.39	\$27,624.91	\$27,932.56	\$28,242.35	\$28,554.31	\$28,868.46	\$29,184.82	\$29,503.41	\$333,494.46
Utilidad Neta	\$173,633.85	\$175,609.63	\$177,599.06	\$179,602.24	\$181,619.31	\$183,650.39	\$185,695.63	\$187,755.13	\$189,829.06	\$191,917.52	\$194,020.68	\$196,138.66	\$2,217,071.17

Fuente: Elaboración propia

Referencias Bibliográficas

- Adams, R. (2010). *The Successful Business Plan* (4a ed.). Palo Alto , CA: The Planning Shop.
- Almanimal Ecuador. (s.f.). *Almanimal Ecuador*. Obtenido de Adoptame: <https://almanimal.org.ec/adopta/>
- AMAI. (2018). *Niveles Socioeconómicos AMAI*. Obtenido de ¿Qué es NSE?: <http://nse.amai.org/nse/>
- Arimany, L. (Noviembre de 2010). *Luis Arimany*. Obtenido de La Cadena de Valor : <https://www.luisarimany.com/la-cadena-de-valor/>
- Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión. (2017). *Nivel Socioeconómico AMAI 2018*. México: Comité de Nivel Socioeconómico AMAI.
- Ayala, C. (2008). *Aspectos legales de las empresas*. Ciudad de México: Agencia de Cooperación Internacional de Japón.
- Centro de Empresas de Base Tecnológica. (2016). *Clinica Veterinaria: La ubicación del negocio es la base del éxito. Ildefe*.
- Contreras , S. (2018). *Lifeder*. Obtenido de Niveles Socioeconómicos en México: Clasificación y Descripción: <https://www.lifeder.com/niveles-socioeconomicos-mexico/>
- De la Vega Garcia, I. (28 de Septiembre de 2004). *El Plan de Negocio: Una herramienta indispensable*. (D. d. Empresa, Ed.) Madrid, Madrid, España.
- Deloitte. (2017). *The 2017 Deloitte Millennial Survey Apprehensive millennials: seeking stability and opportunities in an uncertain world*. Reino Unido: Deloitte Touche Tohmatsu Limited,.
- DeThomas, A., & Grensinf Pophal, L. (2001). *Writing a convincing business plan* (Segunda ed.). Hauppauge , New York, USA: Barron's Educational Series.
- Díez Torca, I. (2010). *Como entender las finanzas de hoy*. Barcelona: Antoni Bosch.
- Dirección de Promoción de la Competencia. (2004). *Apuntes sobre política de competencia*. Guatemala: Ministerio de Economía.
- Domínguez , E. (2018). *Lexia Insights & Solutions*. Obtenido de Los millennials y las mascotas: no tengo hijos, pero sí tengo perro: <http://lexia.cc/contenidos/no-tengo-hijos-pero-tengo-si-tengo-perro-los-millennials-y-las-mascotas/>

- Dora, Z. (s.f.). *Shutterstock*. Obtenido de Gropu of puppies: <https://www.shutterstock.com/es/image-photo/group-puppies-368875055>
- Emprende Pyme. (2018). *Emprende Pyme* . Obtenido de Presupuesto Operativo: <https://www.emprendepyme.net/presupuesto-operativo.html>
- Emprendepyme. (2016). *Emprende Pyme*. Obtenido de Planes de operaciones : <https://www.emprendepyme.net/como-hacer-un-plan-de-operaciones.html>
- Encuesta Intercensal. (2015). *Panorama Sociodemográfico de Estado de México*. México: INEGI.
- Enríquez M., C. (6 de Julio de 2017). *Marketing de mascotas un nicho muy lucrativo*. Obtenido de México Forbes: <https://www.forbes.com.mx/marketing-de-mascotas-un-nicho-muy-lucrativo/>
- Entrepreneur. (14 de Julio de 2011). *Soy Entrepreneur*. Obtenido de Plan de Negocios para una empresa en Marcha: <https://www.entrepreneur.com/article/264283>
- Esparza Ortiz , J. (2010). *Principios de Contabilidad* (Cuarta Edición ed.). México: Mc Graw Hill.
- Forbes. (20 de Julio de 2013). *Forbes*. Obtenido de Dinks, los nuevos consumidores de lujo en México: <https://www.forbes.com.mx/dinks-los-nuevos-consumidores-de-lujo-en-mexico/>
- García López, T., & Cano Flores , M. (Enero de 2013). El FODA: Una Técnica de análisis de problemas en el contexto de la planeación en las organizaciones. *El FODA: Una Técnica de análisis de problemas en el contexto de la planeación en las organizaciones*. IIESCA.
- Garcia, R., & Alcerreca, C. (2000). *Administración un enfoque interdisciplinario* . México : Pearson .
- Gartenstein, D. (2018). *La voz de Houston*. Obtenido de La diferencia entre un moidelo de negocio y un modelo de cadena de valor: <https://pyme.lavoztx.com/la-diferencia-entre-un-modelo-de-negocio-y-un-modelo-de-cadena-de-valor-11764.html>
- GlobalIP. (13 de Mayo de 2013). *IStock*. Obtenido de Raza cruzada apoyarse aislado sobre un blanco panel y lame: <https://www.istockphoto.com/mx/foto/raza-cruzada-apoyarse-aislado-sobre-un-blanco-panel-y-lamer-gm168797122-24079120>
- González Navarro , N., López Parra , E., Acéves Lopez , J., Celaya Figueroa , R., & Beltrán Fraijo , N. (Abril de 2008). Que integra el estudio financiero en un plan de negocios. *Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios* . onoro: Instituto Tecnológico de Sonora.
- González, N., López Parra, E., Aceves L., J., & Celaya Figueroa , R. (2017). La importancia de realizar un plan de negocio. *El buzón de Pacioli* , 35.

- Ilona, V. (24 de 06 de 2012). *Zena*. Obtenido de Chystáte se na dovolenou? Nezapomeňte zvážit kufr!: <https://zena.aktualne.cz/volny-cas/chystate-se-na-dovolenou-nezapomente-zvazit-kufr/r~i:article:749912/>
- Infobae. (23 de Mayo de 2016). *Infobae*. Obtenido de Cómo es el spa de lujo para que las mascotas pierdan peso: <https://www.infobae.com/2016/05/24/1812329-como-es-el-spa-lujo-que-las-mascotas-pierdan-peso/>
- Lambing, P., & Kuehl , C. (1998). *Empresarios pequeños y medianos*. México: Prentice Hall Hispanoamericano .
- Laura, P. (s.f.). *Orto Canis* . Obtenido de Efectos secundarios de los antiinflamatorios en perros y gatos: <https://www.ortocanis.com/es/content/97-los-efectos-secundarios-de-los-antiinflamatorios-en-perros-y-gatos>
- Longenecker, J., Moore , C., Petty, W., & Palich, L. (2008). *Administración de pequeñas empresas* (14^a ed.). México: Cengage Learning Editores.
- Lopez Escalera, R., & Pérez Arévalo, A. (2018). Estrategia para la implementación de los sistemas contables y administrativos en las PYMES. *Perspectivas de la gestión estratégica y la competitividad en las organizaciones*, 69-76.
- López, H. (2009). *Los niveles socioeconómicos y la distribución del gasto*. México: Instituto de Investigadores Sociales A.C.
- Mendoza, C. (11 de Septiembre de 2010). *Implementación del plan de negocios*. Obtenido de Implementación del plan de negocios : <https://es.slideshare.net/CESAR9MSRL/22-implementacion-de-un-plan-de-negocios>
- Merck Pet Owner Paths. (2017). *Pet Owner Paths*. Obtenido de What are they thinking?: <https://merckpetownerpaths.com/>
- MH Themes. (2018). *Matriz FODA*. Obtenido de Matriz FODA: <http://www.matrizfoda.com/dafo/#>
- Morales, A., & Morales, J. (2014). *Planeación financiera*. México: Grupo Editorial Patria.
- More, M. (16 de Marzo de 2015). *IEBS*. Obtenido de Qué es el Modelo Canvas y cómo aplicarlo a tu negocio: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como-aplicarlo-a-tu-negocio-agile-scrum/>
- Mornay, V. V. (s.f.). *Dreamstime* . Obtenido de Enseignement d'un crabot se reposer utilisant la nourriture: <https://fr.dreamstime.com/images-libres-droits-formation-crabot-image16080319>

- Ollé, M., Planellas, M., Molina, J., Torres, D., Joan M., A., Husenman, S., . . . Mur, I. (1998). *El plan de empresa: como planificar la creación de una empresa*. Barcelona: Marcombo.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Barcelona: Deusto.
- Paradais Sphynx. (04 de Febrero de 2015). *Paradais Sphynx*. Obtenido de Técnicas en peluquería canina, arreglos del pelo en perros y gatos: <https://www.paradais-sphynx.com/mascotas/tecnicas-peluqueria-canina.htm>
- Paredes, E. (14 de Junio de 2011). *Gestionando empresas*. Obtenido de Plan de Gestión e Implmentación: <http://gestionando-empresas.blogspot.com/2011/06/plan-de-gestion-e-implementacion.html>
- PAWPY & KISSES. (29 de JULY de 2017). *PAWPY & KISSES*. Obtenido de How Often Should Your Dog Be Groomed?: <https://www.pawpykisses.com/blogs/all-about-your-pets/how-often-should-your-dog-be-groomed>
- Pérez-Sandi, P. (2002). *Del Ocio al Negocio*. México: Panorama.
- Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). La cadena de valor: una herramienta de pensamiento estratégico. *Telos*, 337-389.
- R.Ford, B., Bornstein, J., T. Pruitt, P., & Young LLP, &. (2007). *The Ernst & Young Business Plan Guide* (Tercera ed.).
- Root, G. (2018). *La voz de Houston*. Obtenido de ¿Cuáles son los principales objetivos de un plan de negocios?: <https://pyme.lavoztx.com/cules-son-los-principales-objetivos-de-un-plan-de-negocios-4821.html>
- Salinas, J. (2013). *Empresa e iniciativa emprendedora* (2018 ed.). España: Edebé.
- Santamaria, P. (24 de Abril de 2018). *Merca2.0*. Obtenido de Nuevo nicho detectado: Perrhijos neonatos: <https://www.merca20.com/nuevo-nicho-detectado-perrhijos-neo-natos/>
- Super cachorros*. (s.f.). Obtenido de ¿Llevar a tu perro a estética?: <https://supercachorros.org/llevar-a-tu-perro-a-estetica/>
- Sutton, G. (2015). *Como Diseñar Planes de Negocios Exitosos*. BZK Press, LLC.
- Tami, G. (2018). *Fundación Affinity*. Obtenido de ¿Qué es la etología canina?: <https://www.fundacion-affinity.org/perros-gatos-y-personas/tengo-un-animal-de-compania/que-es-la-etologia-canina>

- Torreblanca, F. (25 de Marzo de 2014). *Marketing y estrategia conductual* . Obtenido de ¿Cómo diferenciar competidores directos e indirectos?: <https://franciscotorreblanca.es/diferenciar-competidores-directos-e-indirectos/>
- Universidad de Barcelona. (2018). *OBS Bussines School*. Obtenido de Tendencias e Innovacion: Analisis de la competencia ¿por dónde empiezo?: <https://www.obs-edu.com/es/blog-investigacion/marketing-y-comunicacion/analisis-de-la-competencia-por-donde-empiezo>
- Volkswagen México. (2018). *VIX*. Obtenido de Parejas sin hijos: conoce a los DINKs y qué hay detrás de esta nueva clase de familia mexicana: <https://www.vix.com/es/relaciones/185318/parejas-sin-hijos-conoce-a-los-dinks-y-que-hay-detras-de-esta-nueva-clase-de-familia-mexicana>
- Weinberger, K. (2009). *Plan de Negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú: Nathan Associates Inc.
- Wille, E. (s.f.). *Dreamstime*. Obtenido de Perro con estetoscopio: <https://es.dreamstime.com/imagenes-de-archivo-perro-con-el-estetoscopio-image20479644>
- Willie, E. (s.f.). *Shutterstock*. Obtenido de English bulldog wearing striped shirt and back pack with stack of books: <https://www.shutterstock.com/image-photo/english-bulldog-wearing-striped-shirt-back-57230623>
- Yousense . (2019). *Flying With A Dog Tips For Safe Airplane Travel With A*. Obtenido de <http://yousense.info/666c79696e67/flying-with-a-dog-tips-for-safe-airplane-travel-with-a.html>